



## Pemberdayaan Masyarakat dalam Meningkatkan Pemasaran Melalui Digital Marketing UMKM Kelurahan Keputih Surabaya

### *Community Empowerment in Improving Marketing Through Digital Marketing MSMEs Keputih Village Surabaya*

Irma Nur Hanifa<sup>1</sup>, Dhani Ichasanuddin Nur<sup>2</sup>

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

e-mail : [20012010028@student.upnjatim.ac.id](mailto:20012010028@student.upnjatim.ac.id), [dhaniin.ma@upnjatim.ac.id](mailto:dhaniin.ma@upnjatim.ac.id)

#### Article History:

Received: 10 Mei 2023

Revised: 12 Juni 2023

Accepted: 14 Juli 2023

#### Keywords:

MSMEs, counseling, digital marketing

**Abstract:** *MSMEs play a very important role for the progress of the Indonesian economy. With the involvement of MSMEs as a driver of improving the economy in Indonesia, it is certainly hoped that MSMEs can continue to develop in the long term. In the current era, MSME actors are expected to be able to make the best use of technology. One of them is the world of digital marketing, because digital marketing has an extraordinary influence so that MSMEs can continue to develop in the long term. This prompted the East Java MBKM Thematic KKN UPN Veterans Group 74 to hold counseling with the theme "Utilization of Digital Marketing in Improving MSME Marketing" this is also because the results of surveys and observations that have been conducted by KKN-T MBKM Group 74 Surabaya showed a lack of knowledge and the use of digital technology in marketing. Therefore, by holding this counseling, it is hoped that MSME actors can develop more quickly by expanding the market.*

**Abstrak.** UMKM berperan sangat penting bagi kemajuan perekonomian negara Indonesia. Dengan keterlibatan UMKM sebagai pendorong peningkatan perekonomian di Indonesia tentunya diharapkan UMKM dapat untuk terus berkembang dalam jangka waktu yang Panjang. Di masa sekarang para pelaku UMKM diharapkan untuk bisa memanfaatkan teknologi dengan sebaik- baiknya. Salah satunya adalah dunia *digital marketing*, karena digital marketing memiliki pengaruh yang luar biasa agar UMKM dapat terus berkembang dalam jangka waktu yang panjang. Hal ini mendorong Kelompok 74 KKN Tematik MBKM UPN Veteran Jawa Timur untuk mengadakan penyuluhan dengan tema “Pemanfaatan *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM” hal ini juga dikarenakan dari hasil survei dan observasi yang telah dilakukan oleh KKN-T MBKM Kelompok 74 Surabaya menunjukkan hasil kurangnya pengetahuan dan penggunaan teknologi digital dalam pemasaran. Maka dari itu, dengan

diadakannya penyuluhan ini diharapkan para pelaku UMKM dapat lebih cepat berkembang dengan cara memperluas pasar.

**Kata kunci :** UMKM, penyuluhan, digital marketing

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai pokok terpenting dalam perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM yang ada di Indonesia sudah memberikan pengaruh terhadap perekonomian di Indonesia (Firdaus et al., 2022). UMKM berperan sangat penting bagi kemajuan perekonomian negara Indonesia, UMKM-UMKM ini sangat berpotensi untuk meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM sendiri dan masyarakat sekitar. Dengan keterlibatan UMKM sebagai pendorong peningkatan perekonomian di Indonesia tentunya UMKM dituntut untuk menjadi lebih baik sehingga akan terus dapat meningkatkan perekonomian Indonesia dalam jangka waktu yang Panjang.

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah lingkup dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital (NAIMAH et al., 2020). Di era sekarang para pelaku UMKM diharapkan untuk bisa memanfaatkan teknologi dengan sebaik-baiknya. Salah satunya adalah dunia *digital marketing*, karena *digital marketing* memiliki pengaruh yang luar biasa agar UMKM dapat terus berkembang dalam jangka waktu yang panjang. *Digital marketing* merupakan salah satu media pemasaran yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Masyarakat mulai meninggalkan model pemasaran tradisional sedikit demi sedikit dan beralih ke pemasaran modern, yaitu *digital marketing*. Melalui *digital marketing*, komunikasi dan transaksi bisa dilakukan setiap waktu (realtime) dan bisa mengglobal atau mendunia (Susanto et al., 2020).

Atas dasar pertimbangan tersebut diadakan penyuluhan dengan tema “pemanfaatan *digital marketing* dalam meningkatkan pemasaran UMKM di Kelurahan Keputih”, dan tujuan dari diadakannya penyuluhan ini adalah diharapkan para pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Keputih dapat mengetahui lebih dalam mengenai *digital marketing* sehingga dapat mengimplementasikan ilmu yang diberikan ke UMKM

## **METODE**

Metode yang digunakan adalah metode survei, yaitu metode yang dilaksanakan dengan pengamatan langsung terhadap suatu gejala dalam populasi besar atau kecil. Jenis penelitian ini adalah survei. Menurut Sugiyono (2009:6). metode survei digunakan untuk memperoleh data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur, dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen) (Di et al., 2015). Penelitian survei menggambarkan proses transformasi komponen informasi ilmiah Kelompok 74 KKN Tematik MBKM UPN Veteran Jawa Timur melakukan survei secara *door to door* ke rumah pelaku UMKM guna mendapatkan informasi mengenai UMKM tersebut sehingga setelah survei dilakukan kelompok 74 mengetahui analisis SWOT dari masing-masing UMKM. dan dapat disimpulkan bahwa UMKM Kelurahan Keputih membutuhkan penyuluhan mengenai *Digital Marketing* guna memperluas penjualan UMKM tersebut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penyuluhan dilaksanakan guna meningkatkan Sumber Daya Manusia untuk mendukung kewirausahaan dan ekonomi kreatif di wilayahnya. Penyuluhan merupakan suatu kegiatan pemberian informasi edukasi non-formal kepada individu atau sekelompok masyarakat yang dilakukan secara sistematis agar mampu menambah pengetahuan hingga membentuk sikap dan perilaku yang lebih baik. Kegiatan penyuluhan ini diadakan dengan mengangkat tema “Pemanfaatan *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM” yang telah dilaksanakan pada tanggal 11 Mei 2023 yang bertempat di Pasar Wisata Harmoni Keputih Surabaya.

*Digital Marketing* merupakan suatu kegiatan pemasaran dan pencarian pasar yang dilakukan secara *online* melalui media digital dengan memanfaatkan berbagai sarana di seluruh platform yang ada seperti Instagram, WhatsApp Business, *E-Commerce*, dan sebagainya. Dengan konsep digital marketing bentuk promosi yang diimplementasikan tidak saja lagi bersifat strategi satu arah, namun telah menjadi hubungan dua arah (Maulida Sari & Setiyana, 2020)

Pemberian penyuluhan dengan tema “Pemanfaatan Digital Marketing dalam Meningkatkan

Pemasaran UMKM” dikarenakan dari hasil survei dan observasi yang telah dilakukan menunjukkan hasil kurangnya pengetahuan dan penggunaan teknologi digital dalam pemasaran. Hasil tersebut merupakan permasalahan yang dapat diselesaikan dengan adanya penyuluhan ini. Diadakannya penyuluhan ini memiliki tujuan agar mampu meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia khususnya mengenai *awareness* UMKM terhadap *Digitalisasi Marketing and Sales* khususnya bagi pelaku UMKM di PWHK dan UMKM yang ada di Kelurahan Keputih Surabaya guna mampu memperluas jangkauan pasar, dimana nantinya dapat membantu meningkatkan pendapatan UMKM.



penyuluhan yang ditujukan khusus kepada pelaku UMKM di Pasar Wisata Harmoni Keputih dan UMKM yang berada di wilayah Kelurahan Keputih, Surabaya karena UMKM sendiri memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian lokal khususnya di bidang Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif, juga para UMKM diharapkan mampu meningkatkan strategi pemasaran digital di era 4.0 saat ini. Penyuluhan ini mampu memberikan dampak yang cukup besar bagi para pelaku UMKM dalam *awareness* pemanfaatan *digital marketing* usahanya.

Penyuluhan pemanfaatan digital marketing dalam meningkatkan pemasaran UMKM merupakan program kerja dan langkah awal yang dilakukan tim mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur dalam mengembangkan Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif. Penyuluhan ini mengundang beberapa dosen yang berkompeten sesuai kompetensi bidang masing-masing untuk memberikan materi dalam kegiatan penyuluhan. Dosen pemateri pertama berasal dari program studi kewirausahaan yaitu Muhammad Ilham Naufal, S.A, MBA.; dosen pemateri kedua dan ketiga berasal dari program studi manajemen yaitu Virginia Mandasari, S.MB., M.SM. dan Fani Khoirotunisa, S.E., M.SM.



Pelaksanaan kegiatan penyuluhan ini dapat berjalan dengan lancar karena adanya kerja sama dan bantuan antara tim mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur dengan pihak kelurahan setempat; koordinator PWHK; linmas PWHK dan tentunya pelaku UMKM PWHK. UMKM yang datang menghadiri kegiatan penyuluhan ini sebanyak 21 orang baik dari UMKM PWHK maupun di luar PWHK, seperti UMKM Hidroponik, Mbok De Yen, Bebek Mesra, Diva Cookies, Syandana Project, Gedang Lumer, dan lain-lain. UMKM yang menghadiri penyuluhan ini juga aktif dalam mengikuti, menanggapi dan bertanya selama acara berlangsung. Banyaknya peserta penyuluhan yang hadir menjadi indikator dari antusiasme pelaku UMKM di PWHK dan UMKM di Kelurahan Keputih, Surabaya terhadap *digital marketing*.



Selama berlangsungnya program kerja penyuluhan ini tidak terlepas dari kendala yang dihadapi, seperti pencarian tempat yang sesuai untuk pelaksanaan kegiatan penyuluhan, penyesuaian jadwal dari masing-masing pemateri, pihak kelurahan dan pengumpulan *audience* penyuluhan yang berasal dari pelaku UMKM baik dari PWHK dan UMKM kelurahan Keputih diluar PWHK dimana memiliki kesibukan yang mana menjadi tantangan tersendiri bagi tim mahasiswa untuk dapat mengumpulkan *audience*. Selain itu, susunan kegiatan dan pemberian materi yang menarik agar dapat menggugah minat peserta penyuluhan seperti pelaku UMKM yang rata-rata merupakan seorang yang tidak awam dengan *digital marketing* agar dapat mengikuti acara dari awal hingga akhir.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa UMKM di Kelurahan Keputih perlu belajar lebih dalam mengenai digital marketing, dimana digital marketing memiliki manfaat dan pengaruh yang besar jika dilakukan dan diterapkan dengan benar ke UMKM. contoh dari pengaruh digital marketing bagi UMKM adalah memperluas jangkauan pasar, sehingga produk UMKM dapat lebih dikenal lagi dan pendapatan dari pelaku usaha meningkat. Dengan diadakannya penyuluhan ini diharapkan pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Keputih adalah para pelaku UMKM dapat memperluas pasarnya sehingga calon konsumen tidak hanya orang yang berada di wilayah Keputih saja melainkan dari luar Keputih, hal ini dapat menjadikan UMKM di wilayah Keputih menjadi lebih dikenal oleh banyak wilayah.

## DAFTAR PUSTAKA

- NAIMAH, R. J., WARDHANA, M. W., HARYANTO, R., & PEBRIANTO, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Firdaus, M. I., Azizah, P. N., & Sa'adah, R. (2022). Pentingnya Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Di Era 4.0. *Jurnal Graha Pengabdian*, 4(2), 154. <https://doi.org/10.17977/um078v4i22022p154-162>
- Susanto, B., Hadianto, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaukani, M. M., & Daniswara, A. A. (2020). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42–47. <https://doi.org/10.31603/ce.4244>
- Novatiani, R. A., Novianto, R. A., Yuniarti, R., Sari, D., Nuryaman, & Asikin, B. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP PELAPORAN KEUANGAN UMKM BERKUALITAS (Survei pada UMKM Peternak di Indonesia). *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 377–382. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.703>
- Di, K., Umkm, K., & Tegal, K. (2015). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Di Kalangan Umkm Kota Tegal. *Management Analysis Journal*, 4(3), 252–257. <https://doi.org/10.15294/maj.v4i3.8876>
- Maulida Sari, C. D., & Setiyana, R. (2020). Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 2(1), 63. <https://doi.org/10.35308/baktiku.v2i1.2050>
- Di, K., Umkm, K., & Tegal, K. (2015). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Di Kalangan Umkm Kota Tegal. *Management Analysis Journal*, 4(3), 252–257. <https://doi.org/10.15294/maj.v4i3.8876>
- Maulida Sari, C. D., & Setiyana, R. (2020). Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 2(1), 63. <https://doi.org/10.35308/baktiku.v2i1.2050>