



Peningkatan Kapasitas UMKM Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Digital

Yustika¹, Yenni Apnilawati², Sri Fitria Jayusman^{3*}
^{1,2,3}Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah

Corresponding Author*: srifitria.fitri@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi peningkatan UMKM Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Digital. UMKM di kecamatan Galang pemasarannya masih sangat minim dan konvensional. Metode yang digunakan adalah dengan memberikan pelatihan berupa ceramah dan pemberian tutorial membuat akun di media digital beserta cara mengelola media digital tersebut. Dari hasil yang diperoleh dalam kegiatan ini, disarankan sebaiknya penggunaan media sosial sebagai sarana untuk pemasaran digital ini dapat ditindaklanjuti dengan pembimbingan secara berkala sehingga bisa efektif dan optimal dalam menunjang kegiatan pemasaran dan meningkatkan penjualan usaha UMKM.

Kata Kunci: Peningkatan Kapasitas; UMKM; strategi pemasaran; Digital

Abstract

This study aims to find out how the strategy to increase MSMEs in increasing sales through digital marketing strategies. MSMEs in Galang sub-district have very minimal and conventional marketing. The method used is to provide training in the form of lectures and provide tutorials on creating an account on digital media and how to manage the digital media. From the results obtained in this activity, it is recommended that the use of social media as a means for digital marketing can be followed up with regular guidance so that it can be effective and optimal in supporting marketing activities and increasing MSME business sales.

Keywords: Capacity Building; UMKM; marketing strategy; Digital.

PENDAHULUAN

Terjadinya Pandemi Covid-19 di Indonesia telah banyak mempengaruhi kehidupan masyarakat. Pandemi Covid-19 memengaruhi terjadinya pelambatan sektor ekonomi di Indonesia salah satunya yang terkena dampak Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang. Sektor Usaha Kecil Menengah (UMKM) disini mengalami berbagai permasalahan seperti penurunan penjualan, permodalan, distribusi pemasaran terhambat, terjadinya kesulitan mendapatkan bahan baku dan jumlah produksi menurun.

Di era pandemi ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan adanya media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengetahui produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang menggunakan akses online, seperti di media sosial, dan mengembangkan kemampuan ecommerce-nya, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya yang berbasis media online dan belum mengetahui seberapa penting manfaat dan peranan menggunakan media digital sebagai salah satu sarana untuk meningkatkan UMKM tersebut.

Digital marketing adalah kegiatan promosi melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya media sosial. Digital marketing yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu dapat memudahkan interaksi yang terjadi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Satu sisi, digital marketing dapat memudahkan pebisnis dalam memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, dan di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencarian produknya. Dan juga dengan adanya digital marketing dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis ataupun waktu.

Media lain yang juga seringkali digunakan dalam digital marketing adalah media sosial, salah satunya Instagram. Instagram memiliki fitur Akun Bisnis yang memudahkan pelaku bisnis untuk membuat profil bisnis di Instagram dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan media sosial tersebut.

Adapun Mitra dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah Masyarakat yang memiliki Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Galang. Akan tetapi dalam kegiatan pemasarannya masih sangat minim dan cenderung masih tradisional. Untuk itu perlu diberikan pengetahuan tentang pentingnya pemanfaatan digital marketing agar sistem pemasarannya menjadi lebih baik sehingga dapat memperluas cakupan target usahanya serta dapat menunjang kegiatan penjualan yang lebih baik lagi. Selain itu mitra juga diberikan bantuan dalam membuat akun di media digital beserta cara mengelola media digital tersebut secara optimal untuk kebutuhan promosi usaha UMKM.

METODE PELAKSANAAN

Lokasi Pelaksanaan Pengabdian

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Peningkatan Kapasitas Umkm Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Digital” dilaksanakan di Salah satu rumah warga Di Desa Kramat Gajah Kecamatan Galang.

Kegiatan ini diikuti oleh Masyarakat Kecamatan Galang Yang Memiliki Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan diberikan dalam bentuk pelatihan yang dibagi menjadi dua metode:

1. Menggunakan metode ceramah tentang pentingnya peranan pemasaran secara digital bagi perkembangan bisnis UMKM, terutama dalam hal meningkatkan kegiatan promosi. Ceramah juga disertai dengan beberapa contoh UMKM yang telah sukses menggunakan media digital untuk kegiatan promosi. Sehingga diharapkan pelaku UMKM sadar akan pentingnya pemanfaatan pemasaran online di era sekarang ini.
2. Memberikan praktek langsung disertai tutorial pembuatan akun di mediadigital. Adapun media digital yang digunakan adalah media sosial *Instagram*. Pemberian tutorial hendaknya juga disertai dengan pengetahuan bagi UMKM tentang bagaimana mengoptimalkan semua fitur yang ada di kedua media digital tersebut.

Peralatan dan bahan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Laptop, yang berguna untuk menampilkan materi pelatihan dalam bentuk ceramah maupun praktek tutorial.
2. Gadget berupa Handphone beserta paket data ataupun jaringan internet. Gadget ini berguna untuk mengakses media digital yang akan dibuat akunnya untuk pelaku UMKM tersebut.

Adapun langkah pelaksanaan kegiatan antara lain:

1. Dengan berkoordinasi Bersama mitra, terkait dengan penyusunan jadwal untuk melaksanakan kegiatan, lokasi kegiatan, serta peserta untuk mengikuti kegiatan.
2. Persiapan penyuluhan dan pelatihan. Dalam hal ini yang disiapkan berupa materi yang akan ditampilkan dalam sesi ceramah, persiapan pembicara, materi print out yang akan dibagikan kepada peserta,
3. Pelaksanaan penyuluhan sesi pertama yaitu berupa ceramah tentang pentingnya menggunakan pemasaran digital akan diberikan oleh salah satu dari anggota tim pengusul. Lama sesi ceramah kurang lebih 30 menit disusul dengan sesi tanya jawab.

4. Kemudian pelaksanaan penyuluhan sesi ke dua yaitu pemberian praktek serta tutorial membuat akun di *Google* bisnis dan *Instagram* beserta cara untuk mengelola akun tersebut dengan optimal. Lama sesi kurang lebih 60 menit.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang di capai melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan judul Peningkatan Kapasitas UMKM Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Digital ini adalah sebagai berikut :

1. Di masa pandemi ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produk agar lebih luas, sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut.



Gambar 1. Kegiatan PKM

2. Perkembangan teknologi digital dapat membuat para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online dan juga bisa melakukan transaksi pembayaran melalui sistem perbankan secara online.
3. UMKM adalah sektor usaha yang memiliki peran penting di Indonesia karena dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut. Sehingga dengan dilakukan penyuluhan, berharap bisa memberikan pengetahuan yang baru kepada pelaku UMKM.



Gambar 2. . Kegiatan PKM

4. Hasil yang didapat dari kegiatan pengabdian ini yaitu pemberian penyuluhan mengenai pemanfaatan digital marketing sebagai sarana pemasaran produk usaha kepada Mitra Pengabdian. Kemudian melanjutkan dengan pemberian tutorial pembuatan akun di media digital yang berfungsi untuk memperluas jangkauan pemasaran UMKM. Media digital yang digunakan di sini adalah Media Sosial yaitu Instagram. Di sini, pelaku UMKM diberikan tutorial dan praktek membuat akun di ke dua media digital tersebut beserta cara mengoptimalkan ke dua media digital tersebut sebagai sarana promosi untuk jangkauan pemasaran yang lebih luas sehingga mampu mendorong penjualan produk yang lebih baik.

KESIMPULAN

Adapun hasil dari pengabdian kepada masyarakat mengenai “Peningkatan Kapasitas UMKM Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Digital” ini adalah sebagai berikut:

1. Edukasi tentang Pemasaran UMKM Berbasis Digital merupakan solusi yang cukup baik untuk dilakukan oleh mahasiswa untuk mengatasi permasalahan mitra. Dengan adanya edukasi ini, maka pengetahuan masyarakat disana menjadi bertambah mengenai cara pemasaran UMKM yang dapat meningkatkan penjualan mereka. Pemasaran digital ini bisa dilakukand melalui aplikasi online seperti (Shopee, Instagram, Lazada, Tokopedia, Facebook, Line dan WA). Untuk penggunaannya mereka harus memiliki akun media sosial sendiri-sendiri yang nantinya mereka juga yang akan mengelola akun tersebut.
2. Di masa Covid-19 ini tentunya penjualan online ini menjadi alternatif yang terbaik dikarenakan banyak masyarakat yang lebih menghabiskan waktu dirumah. Selain itu penjualan melalui sesial media ini sangat mudah di akses dan di jangkau oleh banyak orang bukan hanya dari wilayah sekitar bahkan bisa mencapai luar daerah dan manca negara.
3. Dalam kegiatan ini kami melakukan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat dalam membuat akun media sosial dan

mengarahkan bagaimana cara penggunaannya.. Penyuluhan ini dilakukan dengan mengumpulkan pemilik usaha UMKM di salah satu rumah warga.

4. Kemudian melakukan diskusi mengenai kegiatan yang akan dilakukan seperti manfaat kegiatan ini, pelaksanaannya, serta memaparkan bagaimana cara mempromosikan produk yang dapat menarik pembeli. Setelah melakukan penyuluhan maka selanjutnya pelatihan dan pendampingan kepada warga dengan melakukan penjualan secara online.

Dalam penerapan program ini kami melakukan beberapa persiapan dan mempraktekkan bagaimana cara menggunakan media sosial dan melakukan penjualan disana. Kegiatan yang kami lakukan ini tetap menerapkan protokol Kesehatan dengan menyediakan Tempat untuk mencuci tangan, menjaga jarak, dan memakai masker.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Kabupaten Deli Serdang, 2020. *Kecamatan Galang Dalam Angka 2020*. Deli Serdang : Badan Pusat Statistik

Isti Indri Astuti.(2021). UMKM Sebagai Pembangkit Ekonomi Masyarakat di Masa Pandemi Berbasis Digital Marketing.Jurnal Hukum.59-65

Luas dan Letak Geografis Kecamatan Galang Keadaan Penduduk.(2020). Diakses pada 10 Desember 2021, dari <https://text-id.123dok.com/document/jmyj602zl-luas-dan-letak-geografis-kecamatan-galang-keadaanpenduduk.html>

Rampi Yusuf, Agus Lahinta. (2020). Peningkatan Kapasitas UMKM Kabupaten Gorontalo Utara dalam meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Digital. Laporan Akhir Penelitian Universitas Negeri Gorontalo Tahun 2020. Tidak diterbitkan

Jannatin, R., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebriyanto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *JurnalImpact:Implementationand Action*,2(2), 39.

Wahyu Andika, diwawancarai oleh Yustika, Yenni Apnilawati, 15 Desember 2021, Keadaan Ekonomi Masyarakat Desa Galang.

Khairuddin Tampubolon, dkk (2021); Penyuluhan Tentang Mengenal Mesin Pompa Air dan Cara Perawatannya di Serikat Tolong Menolong Nurul Iman (STMNI) Kelurahan Timbang Deli Kecamatan Medan Amplas; J-LAS (Journal Liaison Academia and Society);V.1,No.2;(1-8).

Roswita Oesman, Rahmaniah Rahmaniah (2021); Sosialisasi Cara Membuat Sabun Cair untuk Rumah Tangga di Gang Fortuna Kelurahan Timbang Deli, Kecamatan Medan Amplas; J-LAS (Journal Liaison Academia and Society);V.1,No.2;(47-53).

Surya Irawan, K Tampubolon, ELAZHARI (2021), Pelatihan Pembuatan Pupuk Cair Organik Dari Air Kelapa Dan Molase, Nasi Basi, Kotoran Kambing Serta Activator Jenis Produk EM4; J-LAS (Journal Liaison Academia and Society);V.1,No.2;(1-18).

Ida Zulfida, dkk (2021), Pelatihan Pemanfaatan Tera Box Cloud Dalam Menunjang Kegiatan Mengajar Dosen; J-LAS (Journal Liaison Academia and Society);V.1,No.2;(53-60).

Ahmad Karim, dkk (2021), Pelatihan Pengolahan Nilai Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Excel Bagi Dosen; J-LAS (Journal Liaison Academia and Society);V.1,No.2;(68-74).