



Penerapan Teknologi *Digital Marketing* Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Pada UMKM Cendol Di Kelurahan Kauman Kota Blitar

Application Of Digital Marketing Technology To Improve Marketing Strategy For Cendol MSMEs In Kauman Village, Blitar City

Ratna Melinda Putri¹, Eko Purwanto²

^{1,2} Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur, Surabaya,

Email : 20012010063@student.upnjatim.ac.id¹, ekopasca@upnjatim.ac.id²

Korespondensi penulis: 20012010063@student.upnjatim.ac.id

Article History:

Received: 30 Mei 2023

Revised: 30 Juni 2023

Accepted: 14 Juli 2023

Keywords: Digital Marketing, Marketing Strategy, SMEs

Abstract : *UMKM Cendol Sueger is a Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) engaged in the business of cendol production drinks located in the Kauman sub-district, Kepanjen Kidul District, Blitar City. The problem faced by Cendol Sueger SMEs is that their marketing activities are still very minimal and traditional. For this reason, it is necessary to provide training on the importance of implementing digital marketing so that the marketing system can be better so that it can expand the scope of its business targets and can support even better sales activities. The purpose of this research is to apply digital marketing to improve the marketing strategy of Cendol Sueger SMEs. Some of the digital e-commerce and social media used are grab, website, and Instagram accounts. The results of the study show that Cendol Seger MSMEs now understand and are able to create accounts, manage and utilize social media to expand their marketing reach online so that they can improve marketing strategies and sales results for Cendol Sueger MSMEs.*

Abstrak

UMKM Cendol Sueger merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak dalam bidang usaha minuman produksi cendol yang terletak kelurahan Kauman Kecamatan Kepanjen Kidul Kota Blitar. Permasalahan yang dihadapi UMKM Cendol Sueger adalah dalam kegiatan pemasarannya masih sangat minim dan tradisional. Untuk itu perlu diberikan pelatihan tentang pentingnya penerapan *digital marketing* agar sistem pemasarannya menjadi lebih baik sehingga dapat memperluas cakupan target usahanya serta dapat menunjang kegiatan penjualan yang lebih baik lagi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menerapkan *digital marketing* untuk meningkatkan strategi pemasaran pada UMKM Cendol Sueger. Beberapa *E-commerce* digital dan media sosial yang digunakan adalah grab, *website*, dan akun Instagram. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM Cendol Seger, kini sudah memahami dan mampu membuat akun, mengelola dan memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan pemasarannya secara *online* sehingga dapat meningkatkan strategi pemasaran dan hasil penjualan pada UMKM Cendol Sueger.

Kata Kunci: Digital Marketing, UMKM, Strategi Pemasaran

* Ratna Melinda Putri, 20012010063@student.upnjatim.ac.id

PENDAHULUAN

Salah satu hal yang menjadi sebuah kekuatan ekonomi negara Indonesia dan juga kekuatan ekonomi daerah ialah kehadiran para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Pada saat saat ekonomi dunia dan perekonomian Indonesia mengalami resesi, justru pelaku UMKM memikirkan berbagai cara bagaimana dapat bertahan dan tidak terkena dampak negatif oleh resesi ekonomi tersebut. berbagai cara tentu dilakukan oleh UMKM, sebagian besar pelaku UMKM melakukan inovasi untuk mengembangkan usahanya. Digital Marketing telah menjadi salah satu bidang pemasaran yang sedang naik di era sekarang. Strategi digital marketing juga menawarkan banyak kemudahan dalam menjangkau pangsa pasar yang lebih luas untuk mempromosikan suatu produk. Promosi melalui *digital marketing* sudah menjadi hal yang wajar apalagi ada era yang sekarang ini. hampir semua orang memiliki media sosial. Para UMKM seharusnya lebih bijak dalam memanfaatkan media digital sebagai salah satu bentuk upaya pemasaran produk agar dapat dikenal oleh masyarakat. Akan tetapi masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi khususnya dalam menggunakan media digital dan banyak yang belum mengerti seberapa besar pengaruh dan manfaat media digital pada era sekarang.

Strategi pemasaran merupakan strategi yang dirancang untuk memperkenalkan dan mempromosikan suatu produk atau jasa kepada masyarakat. Para pelaku usaha dapat memperkenalkan melalui media sosial seperti Instagram, Tiktok dan media sosial yang lainnya. Melalui platform tersebut memudahkan semua orang untuk mengenal suatu produk yang kita miliki. Para pelaku usaha disarankan memiliki ciri khas atau keunikan dari produk yang dimiliki sehingga para konsumen juga dapat mengingat apa yang membedakan produk satu dengan produk lainnya. Pelaku UMKM harus menentukan target pasar karena akan menjadi sasaran utama membangun sebuah usaha. Ketika kita menentukan target pasar tidak tepat, bukan tidak mungkin usaha yang kita jalankan akan sulit berkembang dan akhirnya tidak mendapatkan keuntungan. Jadi menentukan target pasar dengan jelas dan sangat tepat mampu meningkatkan kesempatan bagi pelaku usaha untuk bisa berkembang dan juga dapat fokus menginovasi produk ataupun memilih strategi yang tepat. Melalui pemasaran digital, pelaku UMKM akan lebih menghemat waktu. Promosi secara digital juga dapat tepat sasaran karena dapat disesuaikan dengan target pasar dan juga hasilnya dapat dipantau secara langsung. Dengan *digital marketing* para pelaku UMKM dapat dengan mudah berkomunikasi secara online, memberikan kemudahan dalam pemesanan konsumen dan konsumen juga dapat membandingkan kualitas produk yang satu dengan yang lainnya serta transaksi juga dapat dilakukan setiap waktu atau *real time* dan bisa di akses ke seluruh dunia.

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan saat melakukan kuliah kerja nyata yaitu di wilayah yaitu Kelurahan Kauman Kecamatan Kepanjen Kidul kota Blitar menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa UMKM yang terletak di Kelurahan Kauman yang masih menjalankan usahanya secara tradisional dan tentunya terdapat kendala dalam pemasaran sistem digital. Ada beberapa UMKM yang sudah lansia sehingga untuk menerapkan atau beralih pada pemasaran sistem digital sangat tidak memungkinkan. Di masa globalisasi sekarang ini menuntut dan mendorong UMKM untuk beralih menggunakan pemasaran digital. Salah satu UMKM yang membutuhkan bantuan tersebut adalah pelaku UMKM Cendol. Pemilik UMKM Cendol Sueger yaitu bernama Ibu Ratna, nama usahanya diberi nama yaitu “Cendol Sueger” yang berlokasi di Jl. Barito Selatan no 37 Kauman yang beberapa waktu belakangan ini sedang ramai peminat, namun dikarenakan kurangnya pemahaman oleh pemilik usaha cendol tentang digital marketing, maka terdapat kendala yaitu produk cendol yang seharusnya dapat dijangkau pasar lebih luas, menjadi sedikit terhambat. Berdasarkan penjabaran diatas maka salah satu kegiatan pengabdian KKN TEMATIK Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur di Desa Kauman Kecamatan Kepanjen Kidul Kota Blitar difokuskan pada pengembangan UMKM setempat dengan membantu memulai untuk *Go Digital*. Beberapa *E-commerce* digital dan media sosial yang digunakan adalah *grab merchant*, *website*, dan akun Instagram. Dengan beralihnya pemasaran yang terdahulu menjadi pemasaran digital harapannya UMKM tersebut dapat meningkatkan strategi pemasaran agar produknya dapat dijangkau dengan luas dan dapat meningkatkan penjualan.

METODE

Suatu penelitian pastinya membutuhkan tempat yang akan dijadikan sebagai objek penelitian agar mempermudah dalam memperoleh data yang akurat untuk mendukung tercapainya tujuan penelitian. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pelaku UMKM Cendol Sueger di kediaman ibu Ratna yang berlokasi di Jl. Barito Selatan no 37 Kelurahan Kauman Kecamatan Kepanjen Kidul Kota Blitar meliputi pelatihan dan pendampingan kepada para pelaku UMKM. Dalam pelaksanaan metode ini dilakukan beberapa tahapan yaitu:

1. Survei dan Observasi

Sebagai tahapan awal dilakukan survey dan observasi secara keseluruhan terhadap UMKM Cendol Sueger yang ada di Desa Kauman Kecamatan Kepanjen Kidul Kota Blitar. Tujuan dari adanya tahapan ini adalah untuk mendapatkan informasi seputar kegiatan dan produksi UMKM Cendol Sueger di Desa Kauman Kecamatan Kepanjen Kidul Kota Blitar.

2. Wawancara

Sebagai tahapan awal dilakukan survey dan observasi secara keseluruhan terhadap UMKM Cendol Sueger yang ada di Kelurahan Kauman Kecamatan Kepanjen Kidul Kota Blitar. Tujuan dari adanya tahapan ini adalah untuk mendapatkan informasi seputar kegiatan dan produksi UMKM Cendol Sueger di Kelurahan Kauman.

3. Diskusi

Setelah mengetahui permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM Cendol Sueger di Kelurahan Kauman Kecamatan Kepanjen Kidul Kota Blitar, maka dilakukan diskusi untuk mendapatkan solusi terkait permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM Cendol Sueger. Diskusi ini berisi saran dan masukan untuk menyelesaikan permasalahan UMKM Cendol Sueger.

4. Penerapan

Dari beberapa tahapan yang telah dilalui terdapat solusi yang diwujudkan melalui beberapa program kerja pengabdian masyarakat seperti penerapan teknologi *digital marketing* untuk meningkatkan strategi pemasaran pada UMKM Cendol sueger dengan menggunakan akun media sosial seperti Instagram, *Grab Merchant*, dan *Website*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat KKN Tematik yang berfokus pada UMKM Cendol ini dilaksanakan di Kelurahan Kauman, Kecamatan Kepanjen kidul, Kota Blitar. Kegiatan ini dilaksanakan dalam kurun waktu 3 bulan. Observasi dan wawancara dilaksanakan dengan hasil bahwa pelaku UMKM Cendol kurang pengetahuan akan *digital marketing* yang ditandai dengan masih melakukan penjualan secar tradisional dan hanya mengandalkan lingkungan sekitar sebagai target penjualannya. Sesuai dengan skema kewirausahaan dan ekonomi kreatif dan bentuk solusi dari permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM Cendol maka disusunlah beberapa program kerja sebagai berikut:

1. Penerapan Digital Marketing pada pelaku UMKM Cendol Sueger

Penerapan kepada pelaku UMKM Cendol Sueger pertama dimulai dengan menginformasikan mengenai Digital Marketing melalui Media Sosial. Mereka diberi penjelasan mengenai kemajuan Digital marketing di era sekarang dan disarankan meninggalkan model pemasaran tradisional beralih ke pemasaran modern yaitu digital marketing. Pada kegiatan ini pelaku UMKM Cendol Sueger diberikan wawasan terkait penggunaan internet sebagai sarana pemasaran. Dengan dilakukannya kegiatan pemasaran melalui digital marketing para pelaku UMKM Cendol Sueger dapat lebih mudah

menjangkau pasar yang lebih luas, dengan adanya jangkauan pasar yang lebih luas maka berpotensi untuk meningkatkan angka penjualan yang nantinya berdampak pada peningkatan keuntungan UMKM Cendol Sueger.

Pada kegiatan penerapan *digital marketing* pada UMKM Cendol Sueger akan diberikan sebuah wawasan terkait dengan media sosial dan *e-commerce*. Media sosial yang dapat digunakan untuk pelaksanaan *digital marketing* meliputi pembuatan akun instagram, *website*, dan *e-commerce grab Merchant*. Pemanfaatan *digital marketing* pada era sekarang ini dapat dijadikan sebagai alternatif strategi dalam pemasaran produk tujuannya agar dapat memudahkan UMKM Cendol dalam memantau perkembangan zaman. Pelaku UMKM cendol juga dapat menyesuaikan kebutuhan serta keinginan konsumen. Sedangkan apabila dilihat dari segi calon konsumen dapat mempermudah dalam pencarian informasi produk yang konsumen inginkan.



Gambar 1

Penerapan *Digital Marketing* pada UMKM Cendol Sueger



Gambar 2

Pelaksanaan *digital marketing* meliputi pembuatan akun instagram, *website*, dan *grab merchant*

2. Pendampingan kepada pelaku UMKM Cendol Sueger

a. Pembuatan nama usaha

Usaha ini diberi nama Es Cendol Sueger Suji, es cendol ini merupakan salah satu minuman yg di gemari banyak orang. Es Cendol ini memiliki banyak varian rasa, namun untuk saat ini yang kami bawa adalah varian rasa yang paling digemari banyak orang yaitu Es cendol suji. Dilatar belakangi keinginan membuat es cendol yang lebih sehat sehingga berinovasi dengan es cendol dengan tanpa santan dan tanpa pengawet sehingga konsumen bisa mengonsumsi tanpa rasa khawatir.



Gambar 3
Pembuatan Nama Usaha UMKM Cendol Sueger

b. Pembuatan akun media sosial

Pemasaran pada saat ini yang telah melambung ke dunia adalah media sosial. Melalui media sosial berbagai macam produk bisa jauh lebih di kenal oleh masyarakat. Salah satu media sosial yang sekarang sering di gunakan adalah Instagram. Dalam dunia usaha ataupun bisnis media sosial memiliki banyak fungsi. Oleh karena itu, pelaku UMKM Cendol Sueger harus bisa memanfaatkan media sosial dengan cara mengelolah secara kreatif agar dapat menarik minat bagi masyarakat. Selain itu pembuatan konten yang kreatif juga perlu tujuannya agar dapat menarik para konsumen. UMKM Cendol Suger yang menjadi sasaran, kami akan membantu dalam pembuatan akun Instagram dan pembuatan konten video sesuai dengan permintaan pelaku UMKM Cendol Sueger.



Gambar 4
Pembuatan Akun Instagram Cendol Sueger



Gambar 5
Akun Instagram Cendol Sueger

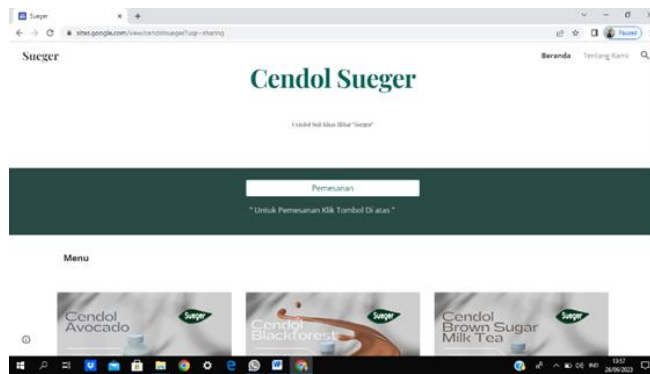
c. Pembuatan *Website*

Selama ini UMKM Cendol Sueger hanya melakukan pemasaran lewat mulut ke mulut, melalui story Whatsapp, hubungan sesama teman serta mengikuti berbagai event bazar yang diselenggarakan di gedung kesenian kota Blitar, event Blitar Jadul dan event lainnya. Pemasaran tradisional masih digunakan oleh UMKM Cendol sueger. Tetapi kegiatan tersebut dirasa kurang maksimal karena pada saat ini kemajuan teknologi menjadi faktor utama melalui perkembangan teknologi informasi yang didapatkan akan semakin cepat, maka semakin banyak kemungkinan produk Cendol sueger yang bisa terjual setiap harinya. Oleh karena itu kami membantu pelaku UMKM Cendol dalam pembuatan *website* tujuan dari pembuatan *website* ini agar dapat memperluas jangkauan bisnis, dapat memperkuat citra merek serta meningkatkan kemampuan dan pengetahuan UMKM Cendol Sueger dalam memasarkan produk UMKM melalui

internet dan mampu mengelola *website* sebagai media promosi agar jangkauannya lebih luas.



Gambar 6
Pembuatan Website Cendol Sueger



Gambar 7
Website Cendol Sueger

d. Pembuatan akun *E-commerce*

Ada banyak *e-commerce* yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM Cendol Sueger, namun berdasarkan hasil diskusi dengan pelaku UMKM Cendol Sueger, pelaku UMKM Cendol Sueger memilih untuk menggunakan *e-commerce Grab Merchant* sebagai sarana penjualan produk UMKM. Sehingga pada kegiatan pengabdian masyarakat ini para pelaku UMKM diberikan wawasan terkait dengan *e-commerce Grab* dan pelatihan pembuatan akun serta sistem jual beli di akun *e-commerce* tersebut. Peserta KKN menunjukkan bagaimana cara mendaftar ke *Grab Merchant*. Pendaftaran akun *Grab Merchant* bertujuan untuk memperluas penjualan secara online. Proses pendaftaran berhasil setelah menunggu beberapa hari setelah proses verifikasi.



Gambar 8
Pembuatan Akun *Grab Merchant* Cendol Sueger



Gambar 9
Grab Merchant Cendol Sueger

3. Hasil dan Evaluasi

Hasil dan evaluasi yang dilakukan menunjukkan bahwa pelaku UMKM Cendol Sueger, kini sudah memahami dan mampu membuat akun, mengelola dan memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan pemasarannya secara online. Diharapkan keberlanjutan dari program kegiatan ini apabila sudah selesai dapat menginspirasi masyarakat kelurahan Kauman untuk memulai usaha dan menerapkan *digital marketing* terlebih di zaman sekarang yang syarat akan persaingan. Diharapkan masyarakat dapat memahami dan mengimplementasikan cara memulai usaha, cara menjalankan usaha, cara melakukan pemasaran usaha, motivasi untuk pengusaha dan penggunaan media sosial sebagai *platform digital marketing*. Program ini merupakan program berkelanjutan terbuka dimana masyarakat dan peserta termasuk para pemilik UMKM Cendol Sueger dari Kelurahan Kauman yang di masa depan setelah kegiatan KKN TEMATIK berakhir membutuhkan mentoring langsung ataupun diskusi dengan penyelenggara dalam hal ini mahasiswa. Maka dapat menghubungi langsung mahasiswa Universitas Pembangunan

Nasional Veteran Jawa Timur . Hal ini merupakan wujud dari pengabdian masyarakat oleh KKN-TEMATIK yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penerapan teknologi *digital marketing* pada UMKM Cendol Sueger di Kelurahan Kauman Kecamatan Kepanjen Kidul Kota Blitar mampu untuk mengatasi permasalahan yang ada pada UMKM Cendol Sueger. Jika sebelumnya UMKM Cendol Sueger memakai cara tradisional untuk memasarkan produk cendolnya, kini UMKM Cendol Sueger telah mampu memasarkan produknya secara digital. Hal ini dapat dilihat bahwa UMKM Cendol Sueger telah mampu untuk membuat akun di media *digital marketing* yang berpotensi untuk memperluas jangkauan pemasaran UMKM Cendol Sueger. Media *digital marketing* yang digunakan pada penelitian ini adalah *Website, Grab Merchant*, dan akun Instagram. Hal ini membuktikan bahwa penerapan *digital marketing* pada UMKM Cendol Sueger telah berhasil diterapkan sehingga strategi pemasaran Cendol sSueger sekarang cukup luas yaitu Cendol Sueger bisa di *order* melalui berbagai *platform digital* dengan harapan dapat meningkatkan strategi pemasaran dan hasil penjualan yang ada pada UMKM Cendol Sueger.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, maka saran yang digunakan untuk ke depannya yaitu sebaiknya penggunaan strategi *digital marketing* yang dilakukan oleh UMKM Cendol Sueger dapat ditindaklanjuti berjalan secara berkelanjutan dan mengetahui kendala yang dihadapi oleh UMKM Cendol Sueger dalam menerapkan strategi *digital marketing* sehingga strategi pemasaran dengan *digital marketing* dapat meningkatkan penghasilan pada produksi cendol pada UMKM Cendol Sueger.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis ucapkan kepada kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas artikel jurnal ini. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Bapak Dosen Dr.Eko Purwanto, M.Si, Mitra Pengabdian yaitu UMKM Cendol Sueger Kelurahan Kauman Kecamatan Kepanjen Kidul Kota Blitar yang berkaitan dengan kegiatan ini, serta Seluruh Pihak yang terlibat dalam kegiatan program kerja sehingga program dapat berjalan dengan baik dan artikel jurnal ini dapat dibuat dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman kelompok selama berjalannya program kerja yang dilakukan yang telah memberikan semangat yang besar.

DAFTAR REFERENSI

- 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>
- Noviantoro, R., Putri, S. A., Tarnia, T., & T, Y. A. (2022). Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan Sederhana UMKM Menggunakan Ms . Excel Tahun 2010 Pada Toko Dunia Plastik Kota Bengkulu. 1(2), 93–100.
- Patricia, V., Aldo, F., & Rahrdo, K. A. (2023). *JURNAL EKONOMI , MANAJEMEN , BISNIS DAN SOSIAL* Analisis Strategi Pemasaran Dengan Memanfaatkan Media Sosial Pada Usaha Vaie Gift. 3, 158–166.
- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 24–31.
- Sofiyana, M. S., Lestari, L. D., Triamini, M. H., Faizah, A. I., & Ardiyansyah, V. R. (2021). Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan. *J. APTEKMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(4), 96–100. <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/aptekmas/article/view/3556/1732>
- Supriyanto, A., & Hana, K. F. (2020). Strategi Pengembangan Desa Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8 (2), 199-216. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8640>