

## STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PERKEMBANGAN BISNIS BAGI UMKM KERUPUK DESA SUKADAMAI

**Muhammad Daffa Alfariz<sup>\*1</sup>, Sustika Winda Anggraini<sup>2</sup>, Muhammad Saleh Malawat<sup>3</sup>,  
Siti Sundari<sup>4</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Ekonomi, Universitas Asahan  
Jl. Jend. Ahmad Yani, Kisaran

Email : <sup>1</sup>daffaalfariz@gmail.com, <sup>2</sup>sustikaaa7868@gmail.com , <sup>3</sup>Msalehmalawat@gmail.com,

<sup>4</sup>Sundari6277@gmail.com

### ABSTRAK

Digital marketing adalah suatu model pemasaran maupun promosi sebuah produk atau merek yang dilakukan menggunakan media digital dan membutuhkan jaringan internet dalam penggunaannya dengan tujuan untuk menarik minat pelanggan dan masyarakat luas. Dari hasil observasi yang dilakukan diketahui dimana mitra UMKM ini tidak dapat memanfaatkan fasilitas media internet dalam mengembangkan usahanya karena minim nya pengetahuan mengenai digital marketing. Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat terutama pelaku UMKM, perlu dilakukan wawancara terlebih dahulu dengan pemilik usaha UMKM kerupuk Desa Sukadamai untuk mengetahui cara mitra dalam memasarkan produknya. Informasi yang didapat dari wawancara tersebut mencakup pada penggunaan teknologi dan informasi dalam kegiatan operasional usaha, penggunaan sosial media atau platform e-commerce sebagai strategi pemasaran dan hambatan hambatan yang dialami pemilik usaha. Dalam sosialisasi ini bertujuan untuk menambah pengetahuan dan wawasan pada pemilik usaha dalam memanfaatkan sarana media internet untuk mempromosikan produk yang telah dihasilkan. Pada kegiatan ini para pelaku UMKM dikenalkan promosi melalui media online sebagai salah satu sarana dalam meningkatkan penjualan, membangun branding produk, serta menjalin hubungan dengan pelanggan. Digital marketing menjadi langkah penting bagi pelaku UMKM di Desa Sukadamai dalam era digital ini. Dengan menggunakan banyak platform seperti media sosial, google maps, dan website dalam membantu mempromosikan produk memberikan banyak keuntungan bagi UMKM tersebut. Dengan Strategi yang matang, pelaku UMKM Desa Sukadamai dapat mengembangkan kapasitas bisnis dan mencapai titik keberhasilan dalam promosi di media internet ini.

**Kata Kunci :** Digital Marketing, Maps, UMKM, Website, Media Sosial

### ABSTRACT

*Digital marketing is a model of marketing and promotion of a product or brand carried out using digital media and requires an internet network to use with the aim of attracting the interest of customers and the wider community. From the results of observations carried out, it is known that these SME partners cannot utilize internet media facilities in developing their business due to minimal knowledge about digital marketing. In carrying out community service activities, especially MSMEs, needs to be done First interview with the owner of the cracker SMEs business in Sukadam Village for know how partners market their products. Information obtained from interviews This includes the use of technology and information in business operational activities, use of social media or e-commerce platforms as marketing strategies and barriers obstacles experienced by business owners. This community service activity aims to: to increase knowledge and insight among SMEs actors in utilizing facilities internet media to promote products that have been produced. In this activity the perpetrators SMEs are introduced to promotion through online media as a means of improving sales, building product branding, and establishing relationships with customers. Digital Marketing is an important step for SMEs players in Sukadamai Village in the digital era This. By using many platforms such as social media, Google Maps, and internal websites Helping promote*

*products provides many benefits for these SMEs. With a well-thought-out strategy, SMEs in Sukadamai Village can develop their business potential and achieve success in promotions on this digital platform.*

**Keywords :** *Digital Marketing, Maps, Small and Medium Enterprises (SMEs), Websites, Social Media*

## 1. PENDAHULUAN

Digital marketing adalah suatu model pemasaran maupun promosi sebuah produk atau merek yang dilakukan menggunakan media digital dan membutuhkan jaringan internet dalam penggunaannya dengan tujuan untuk menarik minat pelanggan dan masyarakat luas.

Digital marketing menggunakan banyak platform online seperti media sosial, website, dan google maps untuk lebih banyak menjangkau pelanggan terutama dari luar daerah maupun luar negeri.

Digital marketing sangat bermanfaat bagi bisnis untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen dan mendapatkan respon real-time. Pentingnya memanfaatkan digital marketing yang semakin tinggi seiring dengan berkembang pesatnya perkembangan dalam teknologi dan perubahan perilaku konsumen yang sekarang lebih banyak menghabiskan waktu di dunia online.

Dengan bertambahnya jumlah pengguna internet yang semakin tinggi di era ini adalah suatu peluang yang harus dimanfaatkan oleh pelaku pelaku UMKM. [1]

Banyak pelaku UMKM yang beralih dalam memanfaatkan media digital karena memiliki tingkat keefisienan tinggi dan efektifitas yang baik daripada metode pemasaran lain. Marketing digital dapat menjadi platform utama dalam memasarkan produk karena memiliki keunggulan yang dapat memberikan kemudahan, dan Flexibilitas yang sangat baik, serta cepat dalam menemukan target pasar terutama menjangkau konsumen secara luas. [2]

Untuk peningkatan pengembangan teknologi bisnis yang dimana terjadinya perubahan model pemasaran yang awal mulanya menggunakan metode konvensional atau tradisional beralih ke model pemasaran digital. [3]

Pemanfaatan digital marketing dapat menghemat biaya promosi, karena dengan memanfaatkan media internet biaya promosi menjadi lebih murah daripada menggunakan cara yang tradisional seperti baliho, brosur, atau menggunakan iklan di televisi. [4]

UMKM mempunyai peran yang penting pada pertumbuhan ekonomi dan industri di suatu negara. UMKM tidak hanya semata mata menjadi penyedia lapangan pekerjaan, tetapi juga menjadi kontribusi besar dalam sektor usaha secara mendunia. [5]

Dengan membangun sistem informasi bagi UMKM berbasis web dengan menggunakan bahasa pemrograman HTML dan CSS untuk membuat tampilan situs web sebagai promosi produk.

Salah satu cara untuk mengembangkan penghasilan UMKM ialah memanfaatkan media internet sebagai suatu sarana dalam mempromosikan produk. Peluang besar dalam memanfaatkan media internet sebagai media promosi ini ialah atas dasar data penggunaan media online di Indonesia. [6]

Pemasaran sangat berorientasi pada bagaimana cara pelaku UMKM memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. [7]

Kesadaran masyarakat sangat dibutuhkan dalam berbisnis dengan memanfaatkan banyak peluang dan pemahaman pentingnya mengelola usaha dengan baik. [8]

Pengaruh digitalisasi dapat mendorong persaingan karena memungkinkan metode pemasaran yang inovatif dan meningkatkan perkembangan bisnis UMKM. [9]

Di masa ini, pemilik usaha UMKM diharuskan dapat menerapkan platform online sebagai salah satu dalam mempromosikan produknya sehingga pelanggan dapat lebih

mengetahui dan memperkenalkan produk yang telah dihasilkan pelaku UMKM tersebut. [10]

Mitra yang menerima kegiatan kali ini adalah UMKM kerupuk yang bergerak di pengolahan makanan yang beralamat di Dusun 3 Desa Sukadamai, Kecamatan Pulo Bandring, Kabupaten Asahan. Produk yang dihasilkan UMKM ini ialah berbagai macam varian kerupuk seperti Kerupuk merah putih dan kerupuk jangek. Dari hasil observasi yang dilakukan diketahui dimana para pelaku UMKM di desa ini rata rata telah memiliki merk tetapi tidak dapat memanfaatkan fasilitas media internet dalam mengembangkan usahanya karena minimnya pengetahuan mengenai digital marketing.

Dari latar belakang dan hambatan yang telah dialami pada pemilik usaha, maka tim dari pengabdian kepada masyarakat dengan melaksanakan kegiatan sosialisasi untuk pelatihan dengan tema “Peningkatan Bisnis UMKM Melalui Produk Halal Higienis, Brand Produk dan Pemasaran Digital” di Desa Sukadamai. Sosialisasi ini akan disampaikan oleh dosen pemateri dan mahasiswa prodi manajemen Universitas Asahan dan dilanjutkan dengan pembuatan serta cara menggunakan digital marketing sebagai media promosi seperti memanfaatkan pemasaran melalui media sosial, serta menggunakan media pemasaran berbasis maps dan website sebagai sarana promosi produk .

## 2. METODE PELAKSANAAN

### 1. Identifikasi

Dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat terutama pelaku UMKM, perlu melakukan wawancara terlebih dahulu dengan pemilik usaha UMKM kerupuk Desa Sukadamai untuk mengetahui cara mitra dalam memasarkan produknya. Informasi yang didapat dari wawancara tersebut mencakup pada penggunaan teknologi dan informasi dalam kegiatan operasional usaha, penggunaan sosial media atau platform e-commerce sebagai strategi pemasaran dan hambatan hambatan yang dialami pemilik usaha. Berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan, penulis membuat kegiatan sosialisasi dalam pelatihan dan pengembangan digital marketing untuk mitra.

### 2. Menemukan Solusi Permasalahan

Berdasarkan masalah yang telah diidentifikasi, solusi permasalahan yang didapatkan dari identifikasi masalah dan hambatan yang dialami pemilik usaha dapat disajikan dalam bentuk tabel solusi.

**Tabel 1. Solusi**

PERMASALAHAN	SOLUSI	MANFAAT
Promosi yang masih menggunakan cara tradisional	Memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produk	Adanya peningkatan penjualan
Kurangnya pemahaman dalam penerapan pemanfaatan digital marketing	Diberikan Pelatihan mengenai pemasaran digital	Meningkatkan pemahaman pada penerapan pemasaran digital
Tidak ada media promosi berbasis digital untuk dapat meningkatkan penghasilan UMKM dari produk	Membantu memanfaatkan media digital secara online untuk mempromosikan produk	Meningkatkan jangkauan produk untuk lebih dikenal masyarakat luas secara cepat

### 3. Sosialisasi Branding Produk dan Pemasaran Digital Kepada Pelaku UMKM

Sosialisasi dilakukan dengan penjelasan yang telah dibawa pemateri yang mencakup penjelasan mengenai branding produk dan pemasaran digital yang memiliki unsur seperti fungsi, strategi, dan tujuan untuk meningkatkan pengembangan bisnis UMKM.

### 4. Pelatihan Serta Pendampingan untuk memanfaatkan digital marketing

Setelah sosialisasi dilaksanakan, selanjutnya dilakukan pendampingan serta pelatihan

untuk branding dan pemasaran digitalisasi dengan membantu untuk mendesain dan membuat spanduk promosi, pengambilan gambar produk dengan menarik, pembuatan akun sosial media, pembuatan lokasi google maps, dan pembuatan website untuk mempromosikan produk tersebut. Pengambilan gambar yang menarik untuk usaha ialah untuk mengupgrade nilai jual dan menambah minat pelanggan. Media sosial yang digunakan seperti instagram untuk mempromosikan varian varian produk yang dihasilkan pelaku UMKM. Pembuatan lokasi google maps juga sangat memiliki banyak manfaat dalam mempromosikan produk salah satunya seperti chat antara pembeli dan penjual lebih mudah, pemilik dapat memberikan informasi mengenai jam operasional usaha, pemilik juga dapat menampilkan foto produk yang telah dihasilkan, serta lokasi dan rute yang dapat membantu pelanggan menemukan lokasi usaha. Dan terakhir membantu dalam pembuatan website, website sangat berguna dalam promosi produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan memungkinkan untuk menjangkau audies global dalam memperkenalkan produk tersebut.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Unit UMKM masyarakat di Dusun 3 Desa Sukadamai, Kecamatan Pulo Bandring, Kabupaten Asahan Telp 085262215500. Produk yang dihasilkan yaitu Kerupuk, dengan beberapa varian yaitu kerupuk merah putih dan kerupuk jangek.



**Gambar 1. Lokasi UMKM**



**Gambar 2. Kerupuk**

Dalam kegiatan ini bertujuan untuk menambah ilmu dan pemahaman pada pemilik usaha dalam memanfaatkan sarana media internet untuk mempromosikan produk yang telah dihasilkan.

Pada kegiatan ini pemilik usaha dikenalkan promosi melalui media online sebagai sarana dalam meningkatkan penjualan, membangun branding produk, serta menjalin hubungan dengan pelanggan.

#### **Sosialisasi Pengembangan Bisnis UMKM**

Proses pertama yang dilakukan pada kegiatan ini ialah penyampaian materi mengenai pengembangan bisnis pada pemilik usaha. Dengan sosialisasi ini pemateri mengenalkan pemahaman terhadap perkembangan UMKM di masyarakat dengan cara memanfaatkan teknologi digital. Pemahaman tentang pengembangan bisnis ini sangat penting untuk dipelajari mengingat seiring mengikuti era sekarang.

Berikut materi yang disampaikan pemateri ialah :

1. Pengenalan dan pentingnya produk halal higienis
2. Pemahaman tentang pentingnya branding produk
3. Pemanfaatan dan Penerapan pemasaran digital/digital marketing.



**Gambar 3. Penyampaian materi oleh pemateri**



**Gambar 4. Topik yang disampaikan dalam kegiatan pengabdian masyarakat**



**Gambar 5. Peserta kegiatan pengabdian dan pelaku UMKM**

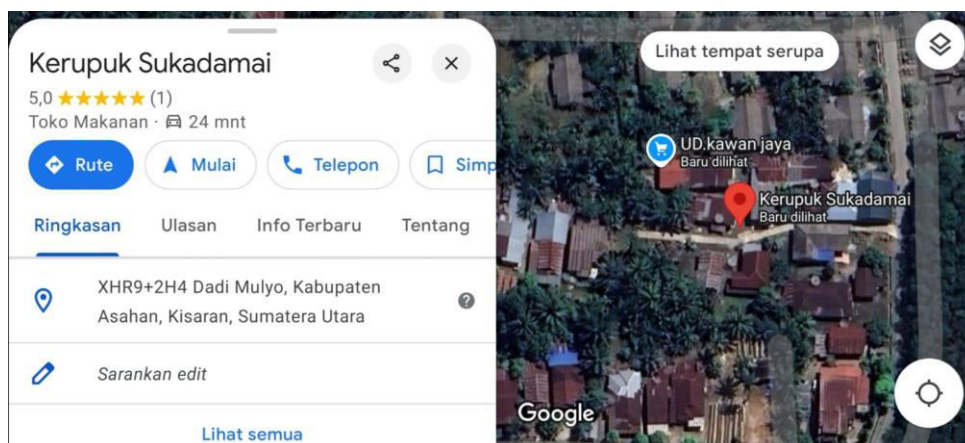


### Promosi Online

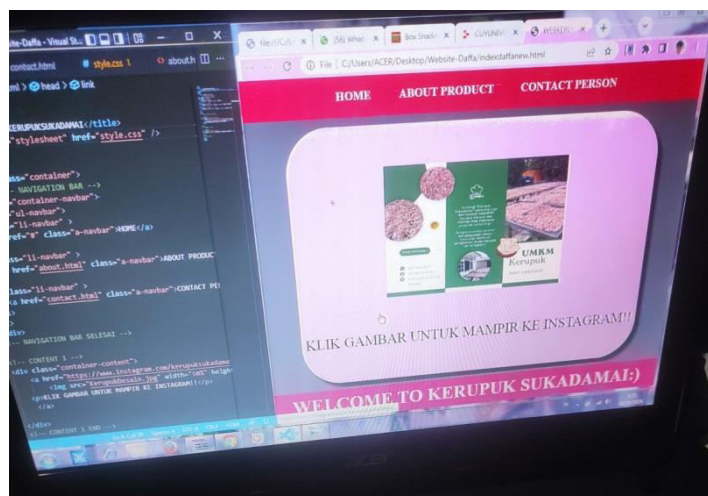
Berikut hasil yang telah diberikan kepada UMKM Kerupuk Desa sukadamai :



**Gambar 6. Desain spanduk dan pemasangan di tempat UMKM**



**Gambar 7. Pembuatan Lokasi UMKM dengan Google Maps**



**Gambar 8. Pembuatan Website UMKM untuk promosi online**



**Gambar 9. Pembuatan Akun Sosial Media**

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Digital marketing menjadi langkah penting bagi pelaku UMKM di Desa Sukadamai dalam era digital ini. Dengan menggunakan banyak platform seperti media sosial, google maps, dan website dalam membantu mempromosikan produk memberikan banyak keuntungan bagi UMKM tersebut. Dengan Strategi yang matang, pelaku UMKM Desa Sukadamai dapat mengembangkan kapasitas bisnis dan mencapai titik keberhasilan dalam promosi di media internet ini.

Branding produk dan Promosi online merupakan kegiatan pemasaran dalam mengenalkan produk kepada masyarakat luas melalui media online atau internet.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan pada pelaku UMKM di Desa Sukadamai, maka penulis dapat mengambil kesimpulan dalam beberapa hal, yaitu kurangnya penguasaan dan pemahaman teknologi yang rendah dan keengganan untuk memanfaatkan penggunaan media digital ini.

Sangat diperlukan diadakannya kegiatan sosialisasi lanjutan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan platform lainnya dalam marketing untuk mengembangkan UMKM, pemasaran, dan kreatifitas bagi pelaku UMKM di Desa Sukadamai.

#### **5. UCAPAN TERIMA KASIH**

Terimakasih kepada mitra UMKM Desa Sukadamai yang telah bersedia menerima pelatihan dan pendampingan dalam pengembangan UMKM dari Kelompok KKNT I Desa Sukadamai sehingga pelaku UMKM mendapatkan keuntungan dan kemudahan dalam memasarkan produknya. Terimakasih atas pihak yang selalu mendukung menyukseskan kegiatan ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] M. Stiadi, D. Herlinudinkhaji, Y. Dwi, P. Ariyanti, and N. Erwanti, "PELATIHAN PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DALAM TRAINING THE UTILIZATION OF DIGITAL MARKETING IN MARKETING DEVELOPMENT FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES ( SMEs )," *BAKTI BANUA J. Pengabdi. Kpd. Masy. Vol.*, vol. 2, no. 1, pp. 8–11, 2021.
  - [2] N. Nuraisyah, D. Haryono, and ..., "Pelatihan Strategi Digital Marketing Bagi Usaha
- <http://jurnal.una.ac.id/index.php/comunitaria>

- Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Sarjo (Membentuk Dan Mendukung Pengembangan ...,” *Publ. Ilm. ...*, vol. 2, pp. 63–78, 2023, [Online]. Available: <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIKEMAS/article/view/1285%0Ahttps://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIKEMAS/article/download/1285/780>
- [3] R. Anugrah *et al.*, “Penerapan Branding Produk Dan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM,” *Community Dev. J. J. Pengabdi. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 740–746, 2022, doi: 10.31004/cdj.v3i2.4702.
- [4] M. R. Fahdia, I. Kurniawati, F. Amsury, Heriyanto, and I. Saputra, “Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur,” *Abdifomatika J. Pengabdi. Masy. Inform.*, vol. 2, no. 1, pp. 34–39, 2022, doi: 10.25008/abdifomatika.v2i1.147.
- [5] W. C. Teguh Pratama, S. Barokah, and S. Ramlah, “Sosialisasi Penggunaan Digital Marketing sebagai Media Promosi Pada UMKM Dapur Arum di Kabupaten Banyumas,” *J. Pengabdi. West Sci.*, vol. 2, no. 11, pp. 1137–1143, 2023, doi: 10.58812/jpws.v2i11.766.
- [6] Mardiani, “Strategi Digital Marketing Pkm Untuk Menumbuh Kembangkan Usaha UMKM,” ... *J. J. ...*, vol. 5, no. 1, pp. 1257–1262, 2024, [Online]. Available: <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/25010%0Ahttp://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/download/25010/17573>
- [7] R. U. A. Fauzi, D. C. A. Kadi, G. K. S. Ernanda, P. Triwidya, and S. Adhelia, “Keefektifan Peran Digital Marketing Melalui Media Sosial Dalam Proses Pemasaran Produk Galeri UMKM Ekawira, Kare Madiun,” *Indones. Berdaya*, vol. 2, no. 1, pp. 21–30, 2021, doi: 10.47679/ib.202176.
- [8] W. O. Rayyani, M. N. Abdi, E. Winarsi, and Warda, “Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Optimalisasi,” *Dedik. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 97–105, 2020, [Online]. Available: <http://www.jurnalpertanianumpar.com/index.php/jdm/article/view/537>
- [9] R. A. Aminullah, D. H. Mubarrok, and A. Abdussalam, “Pengembangan UMKM di Era Globalisasi : Laporan Pengabdian Masyarakat di Desa Dayeuhluhur-Ciamis,” vol. 3, no. 2, 2023.
- [10] R. J. NAIMAH, M. W. WARDHANA, R. HARYANTO, and A. PEBRIANTO, “Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM,” *J. IMPACT Implement. Action*, vol. 2, no. 2, p. 39, 2020, doi: 10.31961/impact.v2i2.844.