

## BIMBINGAN TEKNIS DIGITAL MARKETING BAGI UMKM DI KABUPATEN MALANG

Bagus Kristomoyo Kristanto<sup>1)</sup>, Evy Poerbaningtyas, Siti Aminah, Rakhmad Maulidi,  
Arif Tirtana  
STIKI Malang

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan dunia digital saat ini memberikan banyak peluang usaha bagi UMKM khususnya di Kabupaten Malang. Dalam perkembangannya, jumlah pengguna gawai tercatat lebih dari 300 juta pengguna, menjadikan sebuah kesempatan bagi UMKM untuk memasarkan produk mereka. Mengetahui tentang digital marketing menjadi salah satu cara bagi UMKM untuk dapat memperluas usaha mereka. Bimbingan teknis digital marketing diberikan kepada lebih dari 500 umkm di kabupaten dalam kurun waktu 2-3 bulan. Dalam bimbingan teknis ini, peserta dibekali informasi mengapa perlu pindah ke pemasaran secara online dan bagaimana melakukan pemasaran secara daring (online) menggunakan layanan yang tersedia secara digital. Bimbingan teknis ini mengajak para umkm untuk menggunakan layanan-layanan digital seperti media sosial, penggunaan google trends untuk mengetahui apa saja yang sedang dibicarakan di masyarakat, dan marketplace dalam menjual produk mereka. Dari kuisisioner yang disebarakan kepada peserta, sekitar 72% UMKM sudah menggunakan layanan berbagi pesan untuk menjual produk mereka, sayangnya penjualan masih fokus pada satu daerah mereka saja. 73% UMKM merasa terbantu setelah mengikuti bimbingan teknis digital marketing sehingga mereka dapat memperluas pemasaran mereka menggunakan media sosial dan marketplace.

**Kata kunci:** Digital Marketing; UMKM; Branding; Kabupaten Malang

### PENDAHULUAN

Tahun 2020 merupakan tahun yang cukup berat untuk semua masyarakat. Hal ini terkait dengan pandemi covid-19 yang dialami oleh semua bangsa termasuk bangsa Indonesia. Kondisi ini berdampak signifikan terhadap berbagai sector, salah satunya merupakan sektor perekonomian. Banyak perusahaan melakukan pengurangan jumlah tenaga kerja, bahkan menutup usahanya, hal ini mengakibatkan meningkatnya jumlah pengangguran. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) juga terdampak oleh situasi ini.

---

Penulis korespondensi:

<sup>1)</sup> [bagus.krisanto@stiki.ac.id](mailto:bagus.krisanto@stiki.ac.id)

Pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) memberikan pengaruh yaitu penjualan yang menurun. Selain pelaku industri yang telah lama, bermunculan pula pelaku industri yang baru, karena mereka yang beralih profesi dari karyawan menjadi pelaku usaha kecil. Produk – produk baru bermunculan karena masyarakat dipaksa untuk berinovasi agar roda perekonomian tetap berjalan. Hal ini yang menjadikan alasan pemerintah ingin meningkatkan sektor UMKM .

Dalam mempromosikan produknya, UMKM diharapkan mampu memanfaatkan platform digital agar bisa menjangkau market secara cepat dan luas. Digital Marketing merupakan cara pemasaran produk dan layanan dengan menggunakan teknologi terutama melalui internet. Oleh karena itu UMKM perlu menggunakan beberapa *platform* untuk menunjang segala macam promosi untuk memasarkan produk/brand. Pemasaran digital sebenarnya bukan tentang teknologi; itu semua tentang orang<sup>[1]</sup>. Penggunaan ini diharapkan mampu memberikan kesempatan UMKM untuk dapat mengenalkan brand mereka secara luas dengan harapan semakin banyak yang mengetahui brand mereka, semakin banyak kemungkinan orang yang membeli brand mereka.

Promosi secara daring terdapat dua cara yaitu secara gratis dan berbayar, namun dua cara tersebut mempunyai kelebihan dan kekurangan. Keduanya memiliki karakteristik yang unik dimana setiap cara dapat memberikan hasil yang maksimal di setiap situasi dan kondisi. Kombinasi keduanya akan memberikan mendapatkan hasil yang lebih optimal. Media promosi secara online yang dapat memasarkan produk/*brand* secara efektif dimana anda atau UMKM hanya tinggal memerlukan strategi khusus untuk menarik calon customer.

Dalam menyampaikan informasi mengenai produknya, UMKM harus mampu menyampaikan informasi secara informatif dan menarik. Hal ini membantu UMKM untuk memberikan gambaran produk maupun jasa secara utuh kepada pelanggan. Selain itu, hal ini memberikan dampak positif terhadap *brand* dari UMKM tersebut . Peningkatan tersebut membuat brand tersebut semakin dikenal di masyarakat. Hal ini secara tidak langsung berdampak pada penjualan brand tersebut.

*Digital Marketing* merupakan hal yang cakupannya sangat luas. Pada kegiatan bimbingan teknis kali ini, penulis akan fokus kepada dua hal yaitu digital marketing menggunakan media sosial dan marketplace dalam rangka peningkatan penjualan barang dan jasa. Menurut data Hootsuite, pengguna internet yang begitu tinggi memungkinkan adanya penyebaran informasi yang begitu besar menggunakan internet sehingga memiliki dampak bagi usaha tersebut . Tujuan UMKM belajar tentang digital marketing supaya mereka mampu menyebarkan informasi produk mereka melalui internet khususnya menggunakan media sosial. Salah satu hal penting dalam pemasaran produk adalah *branding* dan pengenalan produk kepada masyarakat. Peningkatan dan pemerataan internet menjadi kunci dimana setiap UMKM memiliki kesempatan yang sama untuk melakukan branding produk mereka melalui internet

## METODE PELAKSANAAN

Telepon pintar atau gawai atau yang lebih dikenal dengan smartphone menjadi alat yang hamper dimiliki oleh kebanyakan orang saat ini. Tentunya akan efektif bagi UMKM dapat menggunakan gawai dalam rangka memperluas penyebaran informasi produk maupun jasa melalui gawai. Penggunaan aplikasi dan layanan berbagi konten yang ada memungkinkan UMKM memberikan dampak yang positif terhadap lingkungan masyarakat. Hal ini tentunya menjadi nilai lebih ketika UMKM mampu menggunakan internet untuk dapat lagi bersaing dengan brand internasional yang lebih dahulu dikenal oleh masyarakat.

Dalam pelaksanaan bimbingan teknis digital marketing untuk UMKM di Kabupaten Malang ini penulis bekerja sama dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Malang. Kerjasama ini memungkinkan penulis untuk dapat mengumpulkan UMKM dari setiap kecamatan yang dilaksanakan bimbingan teknis ini. Bimbingan teknis ini diawali dengan informasi kepada UMKM mengapa perlu pindah ke digital. Hal ini dilakukan untuk menggugah kesadaran UMKM bahwa perkembangan jaman yang begitu besar, membuat cara menyebarkan informasi dan juga peluang pasar baru dari online ini menjadi hal yang menarik untuk dibicarakan. Dalam perjalanannya, membuat pemasaran terdapat 2 hal utama yaitu apa yang anda jual dan siapa target konsumen anda<sup>[2]</sup>.

Setelah itu, hal yang disampaikan dalam bimbingan teknis adalah penggunaan sosial media dalam menunjang UMKM dalam memasarkan produk dan atau jasa mereka kepada pelanggan dengan cara yang lebih efisien dan juga cepat. Selain itu, dengan menggunakan digital marketing maka UMKM juga mendapatkan data pelanggan yang kemudian dapat diolah menjadi sebuah informasi yang memberikan dampak positif terhadap usaha dari para UMKM tersebut. Yang terakhir, adalah UMKM belajar menggunakan Marketplace agar penjualan mereka lebih luas dan pelanggan mereka lebih beragam serta memudahkan pelanggan dalam membeli atau mencari produk atau jasa mereka.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian dilakukan di berbagai kecamatan di Kabupaten Malang . Bekerja sama dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Malang. Kami memberikan materi Digital Marketing untuk UMKM. Harapannya UMKM mampu membuat sebuah langkah inovasi yang membuat mereka lebih efisien dalam memasarkan produk mereka menggunakan hal-hal yang menggunakan Teknologi. Penggunaan internet, dalam hal ini digital marketing tentunya memiliki keunggulan dibandingkan yang tradisional marketing.

Tradisional marketing dilakukan para UMKM dengan melakukan pemasaran secara door to door, membagikan pamflet, pembangun toko secara fisik sehingga pelanggan mendapatkan informasi tentang produk maupun jasa dari UMKM dengan bertemu secara langsung. Digital Marketing sendiri menggantikan apapun yang dilakukan secara *offline* menjadi online dengan memanfaatkan teknologi. Terdapat banyak sekali aplikasi maupun layanan yang ditawarkan

kepada UMKM untuk meningkatkan penjualan atau melakukan pemasaran secara digital. Fokus dari bimbingan teknis ini pada UMKM berfokus pada mengapa perlu pindah ke digital, penggunaan media sosial sebagai wahana untuk melakukan branding, dan marketplace tempat UMKM dapat menjual barang/jasa dengan cepat dan efisien.

Pelatihan sendiri memberikan dasar pengetahuan tentang digital marketing. Informasi Awal yang diberikan penulis adalah tentang perubahan perilaku konsumen yang awalnya melakukan kegiatan jual beli secara offline beralih menjadi online. Penggunaan sarana teknologi mempermudah UMKM untuk menjual barang dan jasa mereka tanpa tersekat-sekat lokasi, jarak, dan waktu. Hal tersebut menjadi salah kelebihan yang cukup besar ketika UMKM menggunakan internet sebagaimana mestinya yaitu dengan memasarkan produk mereka

Bimbingan teknis dilanjutkan dengan memberikan gambaran umum penggunaan sosial media dalam memasarkan produk dan jasa UMKM. Trend pemasaran saat ini sudah mulai bergeser tentang informasi produk menjadi pengalaman menggunakan barang tersebut. Peralihan menjadi pengalaman dalam penggunaan barang maupun jasa dapat direpresentasikan dengan sebuah *audio* dan *visual* yang dapat diunggah melalui sosial media maupun marketplace. Hal ini dilakukan untuk memberikan nilai tambah terhadap produk yang akan dibeli pelanggan, serta pelanggan dapat merasakan pengalaman menggunakan produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh UMKM.

Dibawah ini merupakan foto-foto kegiatan bimbingan teknis digital marketing di beberapa kecamatan di Kabupaten Malang.



**Gambar 1.** UMKM dari Koperasi Wanita di Kabupaten Malang siap melakukan Bimbingan Teknis



Gambar 2. Penggunaan Pendopo Kantor Kecamatan sebagai Lokasi Bimbingan Teknis



Gambar 3. Sambutan Camat dalam Bimbingan Teknis Digital Marketing untuk UMKM di Kabupaten Malang



Gambar 4. Review terhadap produk dari UMKM

Dari pelatihan tersebut semua peserta mempraktikkan bagaimana mereka memasarkan produk mereka menggunakan media sosial dan juga marketplace. Dalam menggunakan marketplace, penulis memberikan masukan kepada UMKM untuk memberikan diskon terhadap barang atau jasa yang diberikan agar menarik bagi calon pelanggan. Selain itu, bimbingan teknis ini memberikan tips dan trik bagaimana melihat trend menggunakan google trend, sehingga UMKM dapat melihat apa saja hal yang sedang banyak diperbincangkan, terutama di Indonesia, sehingga dapat membuat sebuah iklan yang sesuai dengan trend saat ini.

## KESIMPULAN

Bimbingan Teknis Digital Marketing yang dilakukan oleh penulis bekerjasama dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Malang, dalam rangka membantu para UMKM untuk dapat memasarkan jasa dan produk mereka dengan menggunakan media sosial dan marketplace memberikan dampak positif bagi UMKM. Dari bimbingan teknis tersebut 90% UMKM di Kabupaten Malang memberikan umpan balik bahwa mereka terbantu dengan bimbingan teknis yang dilakukan oleh penulis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Damian Ryan & Calvin Jones (2016). *Understanding Digital Marketing, marketing strategies for engaging the digital generation* : Kogan Page.
- Josh Crashman (2015). *The Big Book of Digital Marketing*. Digital Firefly Princeton.