

## Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Pemasaran Digital Di UMKM Dapur Raisya Gurun Laweh Nanggalo Padang

Idwar<sup>1)</sup>, Alvin Alfian<sup>2)</sup>, Prima Yulianti<sup>3)</sup>, Dedi Fernanda<sup>4)</sup>, Haryeni<sup>5)</sup>, Likanopa Syentia<sup>6)</sup>

vamelania68@gmail.com

<sup>1),2),3),4),5)</sup>Fakultas Ekonomi Dan Bismis Universitas Dharma Andalas

<sup>6)</sup>Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Taman Siswa

### Abstrak

Pemasaran Digital bagi UMKM sangat diperlukan untuk meningkat penjualan dan pendapatan UMKM di era digitalisasi sekarang ini. Secara Umum bagaimana UMKM bisa melakukan pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan. Pengabdian Masyarakat yang dilakukan tim dosen ini bertujuan untuk menjelaskan kepada pemilik UMKM Dapur Raisya di Kelurahan Gurun Laweh Nanggalo tentang pentingnya pemasaran digital bagi UMKM untuk membantu UMKM. Diharapkan dengan adanya Pengabdian Kepada Masyarakat ini bisa membantu pemilik UMKM dalam memasarkan produk secara digital. UMKM lebih terarah dalam pengelolaan dan peningkatan penjualannya. Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk (1) mengidentifikasi permasalahan dan kendala dalam penjualan produk pada UMKM; (2) mengenalkan dan mengedukasi cara pemasaran produk melalui pemanfaatan media pemasaran secara digital untuk meningkatkan pangsa pasar dan menjangkau konsumennya secara lebih luas.

**Kata Kunci :** *Daya saing, Pemasaran Digital, UMKM*

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di masa sekarang menuntut seluruh masyarakat untuk siap menghadapi tantangan zaman, karena akan terjadi banyak perubahan diberbagai bidang. Salah satunya yang akan terkena dampak perkembangan adalah dunia usaha. Karena arus konsumsi masyarakat semakin cepat, mereka membutuhkan teknologi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini dapat dilihat dari seberapa banyak konsumen menggunakan fasilitas teknologi informasi dalam memenuhi informasi yang dibutuhkannya, salah satunya yaitu penggunaan internet. Internet berkembang pesat dan menjadi salah satu sumber informasi yang dapat diakses dengan mudah yang mengakibatkan perubahan konsumen dalam memenuhi gaya hidup. Arus perubahan zaman membawa gaya hidup belanja masyarakat bergeser dari yang sifatnya konvensional menuju pada transaksi situs penjualan *online* yang terpengaruhi dari arus perubahan gaya hidup masyarakat tersebut. Arus perubahahan gaya belanja masyarakat mengakibatkan banyak situs penjualan *online* yang mengakibatkan masyarakat mendapatkan informasi lebih dan bertransaksi dengan mudah tanpa harus pergi ke tempat penjualan barang atau jasa tersebut.

Kebutuhan masyarakat terhadap informasi yang semakin kompleks, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran untuk mendukung aktivitas bisnis serta mempermudah dan memperkuat fungsi komunikasi kepada publik (Suryani, 2014). Manfaat pemasaran digital bagi perusahaan dan UMKM antara lain adalah dapat terhubung dengan mudah dengan konsumen secara *online*, konversi penjualan yang lebih tinggi bagi konsumen tertarget, biaya pemasaran yang lebih hemat, dapat melayani konsumen secara *real time* dan potensipeningkatan daya jual bagi UMKM Brian, 2019 (Handajani, dkk, 2019). Dengan bentuk pemasaran digital yang memanfaatkan pengetahuan masyarakat terhadap teknologi diharapkan dapat meningkatkan pangsa pasar penjualan produk menjadi lebih luas. Salah satu indikator meningkatnya kesejahteraan pelaku UMKM adalah dengan meningkatnya omzet penjualan yang salah satu cara untuk mencapainya adalah dengan memaksimalkan strategi pemasaran digital (Hapsoro *et. al.*, 2019). Cara

pemasaran produk yang lebih kreatif dengan menggunakan media teknologi diharapkan dapat meningkatkan akses penjualan dan akses perolehan pendapatan yang lebih tinggi bagi pelaku UMKM

Pengabdian masyarakat pada UMKM Dapur Raisya di Kelurahan Gurun Laweh Nanggalo ini bertujuan untuk (1) mengidentifikasi permasalahan dan kendala dalam penjualan produk pada UMKM; (2) mengenalkan dan mendukung cara pemasaran produk melalui pemanfaatan media pemasaran secara digital untuk meningkatkan pangsa pasar dan menjangkau konsumennya secara lebih luas. Dengan meningkatnya pemahaman dan menumbuhkan kesadaran bagi pelaku usaha tentang pemasaran digital maka daya jual dapat ditingkatkan melalui cara penjualan yang responsif terhadap kebutuhan konsumen. Kedepan pelaku usaha dapat menggunakan secara mandiri cara pemasaran digital untuk mendukung penjualan produk sehingga dapat meningkatkan pangsa pasar dan pendapatan bagi pelaku UMKM sehingga dapat mandiri secara finansial. Dari latar belakang diatas dapat diidentifikasi Masalah 1). Kurangnya pemahaman Owner UMKM Dapur Raisya tentang pentingnya penggunaan internet untuk meningkatkan daya jual produk, 2) Kurangnya pemahaman Owner UMKM Dapur Raisya dalam penggunaan digital sebagai media dalam pemasaran. Tujuan Kegiatan Pengabdian ini adalah 1). Untuk meningkatkan pemahaman bagi Owner UMKM Dapur Raisya tentang pentingnya penggunaan internet untuk meningkatkan daya jual produk, 2). Untuk meningkatkan kemampuan Owner UMKM dalam penggunaan digital sebagai media dalam pemasaran.

### **Gambar Produk Produk UMKM Dapur Raisya**



### **METODE PELAKSANAAN**

#### **Persiapan**

Mekanisme pengabdian pada masyarakat tentang pemasaran secara digital di UMKM Dapur Raisya di Kelurahan Gurun Laweh, yaitu:

1). Tahap perencanaan kegiatan. Tim melakukan peninjauan kepada UMKM Dapur Raisya untuk melakukan koordinasi dan memantapkan rencana program pelatihan terhadap sasaran pelatihan., 2). Tahap selama proses kegiatan. Memberikan edukasi dan penguatan tentang cara pemasaran produk melalui pemanfaatan media pemasaran secara digital, 3). Tahap akhir kegiatan. Evaluasi pada akhir kegiatan dilakukan untuk melihat peningkatan pemahaman para peserta terhadap materi pemasaran digital.

#### **Pelaksanaan**

Kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM Dapur Raisya di Kelurahan Gurun Laweh Nanggalo dilakukan sebagai upaya untuk membantu pelaku UMKM sehingga dapat meningkatkan daya jual dan meningkatkan

pendapatan yang diperoleh melalui metode pemasaran yang efektif. Oleh karena itu diperlukan upaya-upaya yang dapat mengatasi permasalahan permasalahan pada UMKM sehingga dapat meningkatkan daya jual produk dan meningkatkan pendapatan melalui kegiatan pemasaran produk yang lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen. Dengan memanfaatkan trend dalam masyarakat yang sudah beralih ke teknologi informasi maka pemasaran secara digital menjadi solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan yang ada. Dengan demikian ke depan pelaku UMKM Dapur Raisya di Kelurahan Gurun Laweh Nanggalo dapat menggunakan pemasaran produk secara digital dan dapat mandiri secara ekonomi.

Untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM dalam pemasaran produk secara digital akan dilakukan edukasi tentang cara penggunaan media pemasaran digital dalam menjual produk yang mereka hasilkan. Kegiatan edukasi diharapkan dapat meningkatkan pemahaman serta kepercayaan diri pelaku usaha mikro dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk memasarkan produk mereka.

Adapun metode yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM adalah sebagai berikut: 1). Metode ceramah digunakan oleh para pemateri untuk menjelaskan materi yang berkaitan dengan pemasaran digital, 2). Metode diskusi/ Tanya jawab digunakan untuk memperdalam materi bahasan baik dalam bentuk Tanya jawab secara perorangan maupun kelompok pengurus UMKM, 3). Mengenalkan dan mengedukasi cara pemasaran produk melalui pemanfaatan media pemasaran secara digital untuk meningkatkan pangsa pasar dan menjangkau konsumennya secara lebih luas.

#### Teknis Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah dan diskusi dan akan melibatkan beberapa UMKM yang ada di Kelurahan Tabing Banda Gadang. Adapun sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

Langkah 1 (Metode Ceramah), Peserta diberikan motivasi agar memiliki kemauan untuk memahami bagaimana pentingnya pencatatan sebuah laporan keuangan Langkah pertama diselenggarakan selama 1 jam, Langkah 2 (Metode Diskusi):

Peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan pencatatan keuangan UKM Langkah kedua ini diselenggarakan selama 1 jam. Waktu Pelaksanaan,

Hari/Tanggal: Rabu/1 November 2023, Waktu: 9.00 s/d 12.00, Tempat: UMKM Dapur Raisya di Kelurahan Gurun laweh Nanggalo. Peserta Khalayak sasaran yang dipilih adalah Owner UMKM Dapur

Raisya Penetapan sasaran ini merupakan suatu upaya untuk meningkatkan pengetahuan UMKM yang sudah terdaftar di lembaga pemerintah sehingga perkembangannya dapat diketahui dan dipantau dengan mudah. Lebih jauh dari itu, harapannya peserta pelatihan dapat menularkan ilmu yang didapatkan kepada pelaku UMKM lain yang berada di sekitarnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara keseluruhan kegiatan pengabdian masyarakat telah terlaksana dengan baik, yang diikuti oleh Owner UMKM Dapur Raisya di Kelurahan Gurun Laweh Nanggalo. Kegiatan ini mendapat dukungan penuh dari Orner UMKM Dapur Raisya Sherly Marlina. Animo Owner mengikuti kegiatan ini sangat tinggi, terlihat dari keseriusan mereka mengikuti penyuluhan dari awal hingga selesai acara. Berbagai pertanyaan mereka ajukan terkait dengan berbagai permasalahan yang dihadapi dalam menjalankan usahanya. Mereka bahkan berharap agar kegiatan ini tidak selesai sampai disini saja, namun bisa diadakan secara rutin, berkelanjutan dan adanya pendampingan terhadap usaha mereka. Keinginan masyarakat tersebut sejalan dengan program kegiatan yang dirancang oleh tim pengabdian, dimana selain memberikan penyuluhan dan pembinaan, selanjutnya 2 (dua) bulan kemudian tim akan mendatangi kembali UMKM tersebut guna memantau, melihat dan mengevaluasi perkembangan dari usaha mereka.

### Pembahasan

Dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, tim pengabdian menilai bahwa pelaku usaha UMKM Dapur Raisya sangat membutuhkan bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa bantuan permodalan maupun berupa ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek). Melalui metode pembinaan dan penyuluhan yang telah dilakukan, pelaku usaha UMKM Dapur Raisya dapat memahami bagaimana mengelola usaha dengan baik dan pentingnya manajemen usaha dalam menjalankan suatu bisnis. Pelaku usaha juga memahami penting promosi dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti *Instagram, facebook, youtube*, sehingga

diharapkan kedepannya penjualan dapat meningkat. Dengan memasarkan produk secara online, jangkauan pemasarannya menjadi lebih luas. Pelaku usaha juga menyadari pentingnya membuat kemasan produk yang menarik dan mencantumkan merek pada produknya sebagai pembeda dari produk lain yang sejenis. Tim pengabdian berharap dari pelatihan dan penyuluhan yang sudah diberikan, usaha UMKM semakin berkembang dan kesejahteraan masyarakat Pelaku UMKM semakin meningkat.

### Dokumentasi Kegiatan



### KESIMPULAN DAN SARAN

#### Kesimpulan

Kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian ini membawa manfaat yang besar bagi Owner UMKM Dapur Raisya di Kelurahan Gurun Laweh, Kecamatan Nanggalo. Dengan adanya kegiatan ini, pelaku UMKM dapat meningkatkan daya jualnya dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Masyarakat pelaku usaha menjadi paham dan tidak lagi buta soal penggunaan *gadget* dan media sosial dalam mengembangkan usahanya.

#### Saran

Kegiatan pelatihan seperti ini sangat bermanfaat bagi peserta pelatihan yang dalam hal ini adalah Owner UMKM di Kelurahan Gurun Laweh Nanggalo dalam rangka meningkatkan omzet atau daya jual mereka, sehingga diharapkan kegiatan seperti ini dapat terus dilakukan mengingat perkembangan teknologi yang kian hari makin berkembang dengan pesat sementara para pelaku usaha harus selalu *update* dengan perkembangan tersebut agar tidak tertinggal. Selain itu, masih banyak pelaku usaha yang belum mendapatkan pelatihan seperti ini, sehingga kegiatan ini harus terus dilakukan, agar setiap pelaku umkm mendapatkan kesempatan yang sama dalam memperoleh ilmu pengetahuan terkait bagaimana cara mereka mengembangkan usahanya.

## DAFTAR PUSTAKA

Juliana, Djakasaputra, A., Pramezwary, A., & Hutahaean, J. (2020). Marketing Strategy in Digital Era. NEM.

Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53.

Purwana E.S., D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1), 1-17.

Sudarsono, H. (2020). Manajemen Pemasaran. Pustaka Abadi.