

Peningkatan Produktifitas UMKM Melalui Pemanfaatan Digital Marketing di Kelurahan Tegal Sari I Kecamatan Medan Area

Zulfi Chairi¹, Aflah², Idha Aprilyana³

^{1,2,3}Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara

¹zulfi@usu.ac.id

Received: 16 September 2020; Revised: 27 Februari 2021; Accepted: 17 Juni 2022

Abstract

To increase the competitiveness of MSMEs, joint steps are needed to raise their technological capabilities and innovativeness. In this case, innovation means something new for the recipient, namely the UMKM community concerned. Among the various contributing factors, the low level of mastery of technology and entrepreneurial skills among MSMEs is an issue that is currently rising. So far, the partial development of MSMEs has not yielded much maximum results in improving the performance of MSMEs. Therefore, the policy for MSMEs is not because of their small size, but because of their low productivity. Increased productivity at MSMEs will have a broad impact on improving people's welfare because MSMEs are places where many people depend on their livelihoods. One of the alternatives in increasing the productivity of MSMEs is to modernize the business system and its systemic policy instruments so that it will have a wider impact in increasing regional competitiveness. To achieve these goals, community service activities are carried out, these activities are carried out by means of discussion and question and answer methods in form of delivery of materials and practices of using digital marketing. This community service is focused on the community, especially MSMEs in Tegal Sari I Village, Medan Area District. With this activity, it is hoped that citizens will better understand the importance of using internet media to increase business competitiveness. The output targets to be achieved are accredited national journals, video activities and having a website and assistance in making digital marketing for MSMEs.

Keywords: *enhancement; utilization; marketing; digital*

Abstrak

Untuk meningkatkan daya saing UMKM diperlukan langkah bersama untuk mengangkat kemampuan teknologi dan daya inovasinya. Dalam hal ini inovasi berarti sesuatu yang baru bagi si penerima yaitu komunitas UMKM yang bersangkutan. Di antara berbagai faktor penyebabnya, rendahnya tingkat penguasaan teknologi dan kemampuan wirausaha di kalangan UMKM menjadi issue yang mengemuka saat ini. Pengembangan UMKM secara parsial selama ini tidak banyak memberikan hasil yang maksimal terhadap peningkatan kinerja UMKM. Karena itu kebijakan bagi UMKM bukan karena ukurannya yang kecil, tapi karena produktivitasnya yang rendah. Peningkatan produktivitas pada UMKM, akan berdampak luas pada perbaikan kesejahteraan rakyat karena UMKM adalah tempat dimana banyak orang menggantungkan sumber kehidupannya. Salah satu alternatif dalam meningkatkan produktivitas UMKM adalah dengan melakukan modernisasi sistem usaha dan perangkat kebijakannya yang sistemik sehingga akan memberikan dampak yang lebih luas lagi dalam meningkatkan daya saing daerah. Untuk mencapai tujuan tersebut dilakukan

Peningkatan Produktifitas UMKM Melalui Pemanfaatan Digital Marketing di Kelurahan Tegal Sari I Kecamatan Medan Area

Zulfi Chairi, Aflah, Idha Aprilyana

kegiatan pengabdian, kegiatan ini dilaksanakan dengan metode diskusi dan tanya jawab dalam bentuk penyampaian materi dan praktik penggunaan digital marketing. Pengabdian masyarakat ini difokuskan kepada masyarakat khususnya UMKM di Kelurahan Tegal Sari I Kecamatan Medan Area. Dengan adanya kegiatan ini, warga diharapkan akan lebih memahami pentingnya penggunaan media internet untuk meningkatkan daya saing usaha. Target luaran yang ingin dicapai adalah jurnal nasional terakreditasi, video kegiatan dan mempunyai website dan pendampingan pembuatan *digital marketing* bagi UMKM.

Kata Kunci: peningkatan; pemanfaatan; pemasaran; digital

A. PENDAHULUAN

Dunia digital diprediksi akan menjadi poin krusial bagi seluruh aktivitas manusia, termasuk aktivitas bisnis. Beberapa indikator yang bisa digunakan saat ini antara lain naiknya pengeluaran iklan digital, pertumbuhan kepemilikan smartphone yang menyediakan kemudahan akses internet. Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*). Strategi *digital marketing* ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial.

Pertumbuhan UMKM memerlukan dukungan berbagai aspek, dari aspek regulasi, kebijakan, keuangan, kapasitas sumber daya manusia dan teknologi. Menyongsong diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) produk dan jasa baik dari dalam negeri dan luar negeri dapat dengan mudah berkompetsisi di pasar bebas. Untuk mempertahankan eksistensi produk UMKM dan menjadikan era MEA sebagai peluang selain juga dapat sebagai ancaman. Penguatan kapasitas UMKM melalui Digital UMKM merupakan suatu salah satu strategi penguatan UMKM untuk dapat menembus dan bersaing dengan produk dari luar negeri. Aplikasi media sosial tersedia mulai dari

pesan instan hingga situs jejaring sosial yang menawarkan pengguna untuk berinteraksi, berhubungan, dan berkomunikasi.

Sosialisasi strategi digital marketing dalam bentuk pemanfaatan media sosial sangatlah penting karena dapat memberi pengetahuan kepada para pelaku UMKM mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi UMKM itu sendiri.

Perubahan perilaku pemasaran dari konvensional ke digital tidak diimbangi oleh keberadaan pelaku UMKM yang menggunakan digital marketing, padahal UMKM dipercaya mampu memacu perekonomian Indonesia. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital menjadi harapan bagi UMKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi. UMKM dapat menggunakan media sosial sebagai sarana *digital marketing*. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya memiliki keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih konsumen.

Kelurahan Tegal Sari I yang merupakan salah satu kelurahan di Kecamatan Medan Area Kota Medan memiliki banyak UMKM pada berbagai bidang. Terdapat lebih kurang Kelurahan Tegal Sari I memiliki kurang lebih 20 UMKM yang memiliki usaha sebagai pembuat sandal, sepatu, pembuat sablon, pembuatan ketupat dan beberapa jenis usaha lainnya.

Namun sayangnya, belum semua pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memahami pentingnya *digital marketing* sehingga tingkat penjualan belum terserap maksimal. Padahal potensi dari UMKM cukup tinggi. Minimnya pengetahuan pelaku UMKM terutama di Kelurahan Tegal Sari I ini mengenai digital marketing menginspirasi tim Pengabdian kepada Masyarakat untuk menyampaikan program PKM ini yang dilakukan sebagai bentuk pendampingan dalam memanfaatkan *digital marketing* bagi UMKM. Jika pelaku UMKM paham akan pentingnya *digital marketing* bagi usaha mereka, diharapkan mereka akan termotivasi untuk menggunakan *digital marketing* sebagai sarana komunikasi dan promosinya, serta dapat mempraktikkannya secara langsung dengan memanfaatkan media sosial.

Sebagian besar pelaku UMKM belum menggunakan digital marketing sebagai media promosi.. Permasalahan ini dapat diatasi dengan memberikan pengenalan kepada pelaku UMKM pentingnya penguasaan digital marketing untuk sebuah usaha. Sehingga memberikan mereka peluang kepada pelaku UMKM untuk mendapatkan customer baru. Permasalahan ini juga dimanfaatkan oleh beberapa pihak seperti reseller yang menjual produk UMKM dengan harga yang lebih tinggi. Kondisi tersebut seharusnya dapat menjadi kesempatan bagi pelaku UMKM untuk memasarkan sendiri produknya sehingga penghasilan dapat meningkat. Melakukan promosi di media digital seharusnya sudah bukan halangan lagi untuk para pelaku UMKM. Dibandingkan dengan media promosi konvensional yang lebih rumit dan memakan biaya banyak, media promosi di digital merupakan pilihan yang efektif untuk pelaku UMKM mengembangkan bisnis mereka dan menjangkau pasar nasional dan internasional.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diidentifikasi terdapat permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana UMKM menghadapi terjadinya peralihan trend pemasaran dari konvensional (*offline*) ke digital (*online*).
2. Bagaimana meningkatkan pertumbuhan jumlah pelaku usaha khususnya UMKM yang memanfaatkan *digital marketing*

Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan solusi untuk mewujudkan keinginan pelaku UMKM untuk mempromosikan produk mereka di media digital. Adapun solusinya adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pengenalan *digital marketing* kepada pelaku UMKM dalam memahami pentingnya *digital marketing* dalam mempromosikan produk UMKM.
2. Membuat akun media social untuk media promosi online yang akan dikelola oleh pelaku UMKM
3. Memberikan pemahaman hukum mengenai permasalahan yang terkait dengan *digital marketing*.

Kegiatan pelatihan ini diharapkan dapat menghasilkan media komunikasi promosi pemasaran efektif melalui e-commerce/marketplace dan media sosial bagi pelaku UMKM di Kelurahan Tegal Sari I.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Kegiatan Pengabdian ini berlokasi di Kelurahan Tegal Sari I Kecamatan Medan Area Kota yang ini diikuti oleh UMKM yang berada di Kelurahan Tegal Sari I. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu berupa diskusi terarah yang diawali pemberian materi melalui pengenalan *digital marketing* bagi pelaku UMKM di Kelurahan Tegal Sari I dengan mengenalkan internet sebagai media baru dalam berkomunikasi dan mengenalkan *digital marketing* sebagai peralihan model pemasaran secara konvensional menjadi *digital* juga pemahaman tentang pentingnya hak merek untuk meningkatkan produktifitas bagi UMKM. Melalui penyuluhan dan ceramah dapat disampaikan materi-materi yang penting untuk diketahui dan dipahami oleh masyarakat, sedangkan melalui Tanya jawab dapat melengkapi materi yang belum jelas

Peningkatan Produktifitas UMKM Melalui Pemanfaatan Digital Marketing di Kelurahan Tegal Sari I Kecamatan Medan Area

Zulfi Chairi, Aflah, Idha Aprilyana

serta untuk memberi masukan atas permasalahan yang dihadapi oleh para UMKM dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada pemasaran secara digital tersebut.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejak Covid 19 ditetapkan sebagai pandemic banyak dampak yang ditimbulkan dan mencakup segala bidang kehidupan, terutama pada bidang Ekonomi. Bahkan terdapat beberapa usaha yang terancam gulung tikar karena tidak mampu bertahan pada masa pandemi ini. Pembatasan Sosial Berskala Besar yang diterapkan oleh Pemerintah berdampak pada berlangsungnya kegiatan perekonomian di Unit Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Adanya himbauan *Work From Home* merupakan salah satu langkah yang diambil guna memutus mata rantai penyebaran Covid, namun juga berimbas pada sektor perekonomian.

Dibutuhkan adanya langkah strategis yang diperlukan UMKM untuk bertahan dimasa pandemi, salah satunya yaitu menerapkan digital marketing. Himbauan *Work From Home* menjadikan aktivitas masyarakat banyak dilakukan secara Online, oleh karena itu jika penerapan digital marketing dilakukan secara tepat maka kegiatan usaha juga akan berjalan dengan baik. Penerapan digital marketing pada UMKM dapat memberikan keuntungan tersendiri bagi pelaku usaha, khususnya bagi UMKM itu sendiri. Selain itu situasi pandemi yang mengharuskan masyarakat melakukan pekerjaan dari rumah dan sebagian besar memanfaatkan media berbasis online juga merupakan faktor yang sangat mendukung terlaksananya digital marketing bagi usaha mikro.

Kegiatan Program Pengabdian Pada Masyarakat yang dilaksanakan oleh Tim Pengabdian LPPM USU di Kelurahan Tegal Sari I Kecamatan Medan Area Kota Medan, yang memiliki fokus utama membantu peningkatan pengetahuan bagi UMKM dengan menerapkan digital

marketing dan melakukan Inovasi produk yang diharapkan dapat lebih menarik minat masyarakat dan menjadikan usaha bertahan dimasa pandemi seperti sekarang. Pendampingan digital marketing difokuskan pada hal promosi. Dimana dengan digital marketing UMKM dapat memanfaatkan media sosial dan marketplace sebagai media promosi produk UMKM tersebut. Dengan pemberian pendampingan terkait digital marketing pada UMKM yang terdapat pada Kelurahan Tegal Sari I Kecamatan Medan Area dapat membantu meningkatkan penjualan produk dari produksi yang dihasilkan. Dengan tetap menjaga penjualan, diharapkan UMKM tetap bisa bertahan dan terus bisa beroperasi walau dalam kondisi pandemic.

Kegiatan pengabdian ini diawali dengan mengadakan pertemuan dengan pihak kelurahan dalam hal ini pada lokasi pengabdian untuk mengkomunikasikan dan mendapat dukungan dari pihak kepala desa agar dapat memudahkan berjalannya kegiatan pengabdian. Dalam pertemuan ini dikemukakan tentang pelaksanaan kegiatan pengabdian dalam bentuk dua kegiatan yaitu penyuluhan hukum tentang pentingnya dan manfaat dari *Digital marketing* bagi pelaku usaha, setelah itu kegiatan ini akan diikuti dengan mengadakan bantuan pendampingan cara-cara penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi serta cara-cara penggunaan dan pemanfaatan media sosial yang baik. Sosialisasi strategi digital marketing dalam bentuk pemanfaatan media sosial sangatlah penting karena dapat memberikan pengetahuan kepada para pelaku usaha (UMKM) mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan *digital marketing* dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi UMKM itu sendiri.

Kegiatan penyuluhan hukum ini dilaksanakan melalui diskusi terarah yang diawali dengan ceramah kemudian dilanjutkan dengan tanya jawab secara langsung mengenai manfaat *digital*

marketing bagi pelaku usaha (UMKM), manfaat, kelebihan dan kekurangan digital marketing bagi pelaku usaha (UMKM). Strategi digital marketing berpengaruh hingga 78 % terhadap keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produknya serta bagaimana kaitannya dengan UU No. 20 Tahun 2016 Tentang Hak Merek, UU No. 8 Tahun 1999 dan UU No. 11 tahun 2008.

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Rabu, tanggal 29 Juni 2020 bertempat di Gedung Serba Guna dekat kantor Kelurahan Tegal Sari I. Pada saat kegiatan ini dilaksanakan peserta penyuluhan ini sangat antusias dalam mengikuti jalannya kegiatan. Hal ini terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diajukan oleh masyarakat sebagai peserta penyuluhan. Atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peserta tim pelatihan berupaya memberikan penjelasan secara tuntas sehingga peserta memahami dan merasa puas atas jawaban dan penjelasan yang diberikan.



Gambar 1. Foto Bersama dengan Para Peserta

Setelah kegiatan penyuluhan dilakukan, maka dilanjutkan dengan pertemuan dengan para UMKM untuk membantu mereka memahami lebih mendalam mengenai digital marketing dan bagaimana menerapkannya. Namun karena terkendala beberapa hambatan terutama karena pandemi covid 19 maka kegiatan pendataan ini akan tuntas secara keseluruhan pada pertengahan November 2020.

Memperhatikan tujuan dan manfaat kegiatan penyuluhan ini yaitu meningkatkan pengetahuan dan wawasan masyarakat khususnya maka dalam pelaksanaan kegiatan penyuluhan ini cukup berhasil. Hal ini dapat dibuktikan dari tanggapan para peserta penyuluhan yang sangat antusias dalam

mengajukan pertanyaan dalam sesi tanya jawab terhadap materi penyuluhan yang kurang dipahami. Selain itu pihak Kelurahan melalui Lurah meminta agar dalam kesempatan lain tim pengabdian pada masyarakat LPPM USU untuk datang kembali memberikan penyuluhan bagi masyarakat di kelurahan tersebut.

Materi penyuluhan yang telah disusun dalam bentuk *slide power point* dan dicetak memungkinkan untuk dapat dibaca ulang dan didiskusikan bersama di kesempatan yang lain, bahkan manfaat yang dirasakan dapat lebih luas lagi kepada warga masyarakat karena bagi mereka yang tidak berkesempatan hadir mengikuti kegiatan penyuluhan ini dapat memahami dan mempelajarinya dengan membaca sendiri.



Gambar 2. Presentasi oleh Tim Pengabdian

Pelatihan seperti ini perlu lebih sering dilaksanakan untuk lebih membangun kesadaran dan pemahaman mengenai digital marketing dan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk membuat dan mengelola akun media sosial sebagai salah satu jenis *digital marketing* tersebut, materi yang disampaikan disesuaikan dengan kemampuan para peserta, serta adanya evaluasi lebih lanjut untuk mengetahui apakah materi yang disampaikan betul-betul dipraktikkan. Untuk itu tim pengabdian membuat selebaran yang isinya mengenai garis besar *digital marketing* dan *contact person* yang bisa dihubungi apabila masyarakat dan pelaku usaha mempunyai pertanyaan dan ingin berdiskusi lebih lanjut.

D. PENUTUP

Simpulan

Simpulan yang dapat diambil dari pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah:

Peningkatan Produktifitas UMKM Melalui Pemanfaatan Digital Marketing di Kelurahan Tegal Sari I Kecamatan Medan Area

Zulfi Chairi, Aflah, Idha Aprilyana

1. Peralihan trend pemasaran dari konvensional (*offline*) ke digital (*online*) juga dialami oleh UMKM di Kelurahan Tegal Sari I kecamatan Medan Area Kota Medan. Para UMKM masih banyak yang belum mengetahui dan memahami tentang digital marketing tersebut sehingga belum siap menghadapi Bagaimana UMKM menghadapi terjadinya peralihan trend pemasaran dari konvensional (*offline*) ke digital (*online*) walaupun ada sebagian UMKM sudah mengetahui dan melaksanakan pemasaran secara digital namun tidak
2. Dari pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini diperoleh wawasan bahwa sesungguhnya para pelaku usaha (UMKM) tertarik untuk menggunakan digital marketing dan memanfaatkan media sosial secara optimal, namun mereka menghadapi beberapa kendala. Kendala atau hambatan yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman mengenai pentingnya digital marketing, kurangnya pengetahuan mengenai teknologi informasi dan komunikasi serta cara-cara penggunaan dan pemanfaatan media sosial yang baik, tidak sabar untuk segera mendapatkan hasilnya serta kurangnya pemahaman untuk menciptakan “postingan” yang menarik.

Saran

Perlunya pendampingan secara kontinuitas setelah kegiatan ini untuk lebih meningkatkan pemahaman UMKM dalam memanfaatkan pemasaran secara digital sehingga digital marketing menjadi pilihan yang efektif untuk mengembangkan bisnis dan maksimal dalam memasarkan produk.

Ucapan Terima Kasih

Artikel ini merupakan salah satu artikel hasil dari Program Pengabdian Kepada

Masyarakat yang Dibiayai oleh Non PNBPU Universitas Sumatera Utara Sesuai dengan Surat Perjanjian Penugasan Pelaksanaan Pengabdian Pada Masyarakat Program Mono Tahun (Iptek Bagi Masyarakat) Non PNBPU Universitas Sumatera Utara. Sesuai dengan Surat perjanjian Penugasan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat Program Mono tahun Reguler Tahun Anggaran 2020 Nomor: 287/UN5.2.3.2.1/PPM/2020, tanggal 9 Juni 2020.

Oleh karena itu, diucapkan terimakasih kepada Rektor Universitas Sumatera Utara atas dukungan dana dan fasilitas yang diberikan. Terima kasih juga kepada Mitra pada kegiatan pengabdian ini Lurah Kelurahan Tegal sari I Kecamatan Medan Area Kota Medan yang telah memberikan sarana dan prasarana sehingga kegiatan pengabdian ini dapat berjalan dengan lancar.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Saukah, A. dan Waseso, M. G. (2000). *Menulis Artikel untuk Jurnal Ilmiah*. Malang: UM Press.
- Sujimat, D. A. 2000. *Penulisan Karya Ilmiah*. Makalah disampaikan pada Pelatihan Penelitian bagi Guru SLTP Negeri di Kabupaten Sidoarjo tanggal 19 Oktober 2000 (Tidak diterbitkan). MKKS SLTP Negeri Kabupaten Sidoarjo.
- UNESA. 2000. *Pedoman Penulisan Artikel Jurnal*. Surabaya: Lembaga Penelitian Universitas Negeri Surabaya.
- Wahab, A. dan Lestari, L. A. 1999. *Menulis Karya Ilmiah*. Surabaya: Airlangga University Press.