

***Pendampingan Digital Marketing pada Pelaku UMKM di Pasar Desa Bulusari
Kecamatan Gempol Kabupaten Pasuruan*****Subchan Asy'ari**

Universitas Yudharta Pasuruan

subchan_07@yudharta.ac.id**Abstract:**

The development of information technology that is developing rapidly now influences the community in supporting a variety of large and small business activities so that it can be recognized globally. The most obvious impact is that besides being known, it can also increase sales volume and profit and help MSMEs determine sales strategies with the concept of Digital Marketing. In digital marketing activities, there are several positive and negative impacts. If seen from real activities, there are many positive impacts mentioned that can increase the sales volume of MSMEs, facilitate sales access, become more effective and efficient in daily economic activities. The negative impacts often found in the field are prone to fraud and cause concern in the community. This program aims to provide literacy to the public about the concept of digital marketing and also the dissemination of how to apply and the stages of digital marketing properly to avoid negative impacts. This program will provide literacy in the form of workshops and video screenings on digital marketing and outreach to MSMEs of Bulusari village, whether they conduct sales transactions digitally. It is hoped that MSMEs in the village of Bulusari can have a good understanding of implementing digital marketing at the time of the sales transaction and avoid the adverse effects of digital ordering. So through digital marketing, the community can run the economy, especially the Bulusari village community.

Keywords: *digital marketing, sales, MSMEs*

Pendahuluan

Desa Bulusari memiliki letak yang sangat strategis berada di jalur kawasan hijau. Keadaan alam secara umum merupakan lahan pertanian persawahan (sekitar 123 hektar) dan tegalan (sekitar 95,87 hektar). Selain itu desa bulusari adalah desa yang memiliki pasar desa sehingga roda perekonomian masyarakat setempat berada

pada kategori cukup (Moch. Yasak, dkk : 2019)

Perkembangan ekonomi di desa bulusari sangatlah pesat dengan banyaknya pembangunan rumah-rumah disekitar jantung desa, jalan alternatif dari arah Mojokerto menuju Pasuruan dan juga terdapat Pasar Desa yang ramai serta munculnya berbagai jenis usaha yang dilakukan oleh masyarakat desa bulusari yang pada akhirnya menarik perhatian pemerintah desa untuk mendukung aktifitas masyarakat desa bulusari untuk menggerakkan pelaku usaha yang terdapat di desa Bulusari. Jenis UMKM yang terdapat dipasar desa antara lain Jualan Bakso, Roti Bakar, Warung kopi, berjualan baju, permainan anak-anak, dll.

Perkembangan teknologi informasi yang berkembang sangat pesat saat ini berpengaruh bagi masyarakat dalam mendukung berbagai kegiatan bisnis baik besar maupun kecil agar dapat dikenal secara global. Dampak yang paling nyata adalah selain dikenal juga dapat meningkatkan volume penjualan dan profit. kegiatan penjualan di desa bulusari dilakukan secara konvensional atau tradisional, mereka melayani pembeli hanya ketika pembeli ada di lokasi pasar desa. Akan tetapi mereka tidak melayani berdasarkan pesanan. Pelayanan merupakan unsur yang sangat penting di dalam usaha meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya posisi pelayanan ini merupakan faktor pendukung terhadap aktifitas pemasaran diberbagai bidang usaha (Subchan Asy'ari:2017)

Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran yang sangat besar memberikan pengaruh. Dengan menggunakan *digital marketing* dalam hal ini adalah sosial media, masyarakat desa bulusari akan mampu memasarkan produknya secara baik (Theresia Pradiani:2017). setelah mengenal adanya sosial media, masyarakat desa bulusari ini sudah mulai menerima banyak pesanan, sehingga volume penjualan semakin meningkat pesat dibandingkan saat penjualan dengan cara lama. *Digital marketing* dipandang sebagai media yang paling baik sebagai sarana promosi yang paling efektif dan efisien serta mampu meningkatkan volume penjualan yang signifikan.

Tujuan dari kegiatan ini adalah Memberikan pelatihan kepada Masyarakat

Desa Bulusari mengenai cara menggunakan dan mengoptimalkan peran Digital untuk kinerja pemasaran usaha, terutama dibidang UMKM melalui aplikasi GoFood.

Pada observasi awal kami kepada mitra, kami mendapatkan informasi tentang pemahaman digital marketing belum begitu di terima oleh masyarakat desa bulusari. Karena kurangnya pemahaman tersebut, banyak yang belum berani menerapkan dalam aktivitas dipasar desa bulusari tersebut dikarenakan banyaknya timbul kekhawatiran pada mitra seperti maraknya penipuan dalam bertransaksi jual beli online seperti sudah melakukan proses transfer tetapi produk yang sudah dipesan tidak dikirimkan, atau produk sudah terlanjur dikirimkan tetapi pembeli tidak puas/ tidak cocok dengan barang/ produknya sehingga tidak dibayarkanlah uangnya. Akan tetapi dari kekurangan-kekurangan tersebut masih banyak dampak positif yang dirasakan oleh pelaku UMKM di desa bulusari, sebagai contoh dalam pemasaran produk akan lebih efektif dan efisien, dalam saluran distribusi juga lebih cepat dalam perputaran roda ekonomi dan aktivitas jual beli dipasar bulusari dengan menggunakan system digital marketing melalui aplikasi GoFood.

Berdasarkan permasalahan tersebut, sebagai salah satu bentuk tanggung jawab dosen dalam melaksanakan salah satu tridharma perguruan tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat berupa sosialisasi, memberikan penyuluhan dan pelatihan bagi mitra dan diharapkan mitra memiliki literasi yang baik tentang digital marketing dan mampu mengaplikasikannya dalam aktivitas jual beli dipasar bulusari sehingga bisa menjadikan pemberdayaan mitra dalam melakukan kegiatan ekonominya.

Metode

Metode pelaksanaan yang dipakai dalam pendampingan digital marketing bagi masyarakat Desa Bulusari ini adalah:

Mengumpulkan data literasi tentang Digital Marketing

Pada tahapan pertama ini, kami melakukan studi literatur dengan

menggunakan buku maupun artikel-artikel ilmiah yang sesuai dengan bidang pengabdian kami. Banyak sekali ditemukan data pada saat ini mengenai banyaknya kemajuan teknologi yang membuat perubahan besar dalam sektor bisnis dan ekonomi, yakni makin maraknya perubahan metode penjualan yang konvensional menjadi penjualan berbasis digital marketing. Smartphone/ Media online sangat besar pengaruhnya dalam perkembangan digital marketing di era industrial 4.0 ini. Hampir semua orang mempunyai *smartphone* dan hampir semuanya pula mempunyai akun di media sosial baik facebook, instagram, Line, Whatsapp, Telegram, dll.

Sehingga perkembangan teknologi ini pastinya juga sangat mempengaruhi perkembangan ekonomi dan bisnis yang dijalankan oleh masyarakat desa bulusari, yang dapat menjadikan sebuah keharusan adanya perubahan cara penjualan di masyarakat bulusari juga yang menggunakan sentuhan teknologi bukan hanya di pasar nyata.

Survei kepada mitra tentang pemahaman digital marketing.

Pada tahap ini kami menemukan bahwa mitra belum banyak yang memahami tentang apa itu digital marketing bahkan sebagian mitra merasa khawatir jika ingin bertransaksi secara *online* karena banyaknya pemberitaan banyak penipuan dan bahayanya digital marketing melalui online. Ketika kami menawarkan kepada para pelaku UMKM desa bulusari untuk mengikuti sosialisasi dan pelatihan tentang *digital marketing* mereka sangat antusias dan ingin sekali mengikutinya.



Gambar 1.1 Sosialisasi Digital Marketing

Bagi mereka pemahaman tentang *digital marketing* sudah sangat di pertimbangkan untuk di implementasikan karena tuntutan perkembangan teknologi dan rata-rata pelaku UMKM di pasar desa bulusari tidak ingin tertinggal informasi mengenai hal tersebut.

Pendaftaran mitra GoFood dan literasi tentang digital marketing

Setelah menemukan fenomena mitra pada saat survei maka kami melakukan pendampingan dalam pendaftaran mitra GoFood berupa pembuatan akun sampai list menu yang ditawarkan kepada customer dengan menggunakan bahasa sederhana yang mudah dipahami oleh pelaku UMKM Desa Bulusari beserta gambar-gambar pendukung yang kami harapkan akan mempermudah mitra dan pelaku UMKM dalam memahami apa itu *digital marketing* dan apa dampak positif ketika kita berbisnis secara online.



Gambar 1.2. Pendaftaran akun mitra GoFood

Sosialisasi dan Pelatihan tentang Digital Marketing

Pada tahapan pelatihan ini kami tim pengabdian Universitas Yudharta Pasuruan dalam menyampaikan konsep-konsep tentang digital marketing kepada pihak mitra dan pelaku UMKM tentang apa itu *Digital Marketing* dan dampaknya pada masyarakat.



Gambar 1.3 Sosialisasi dan Pelatihan Digital Marketing

Kegiatan ini dilaksanakan sesuai dengan persetujuan perangkat desa bulusari mitra, pelaku UMKM untuk hari dan jam kegiatan pelaksanaannya, dikarenakan pihak-pihak yang telah disebutkan diatas juga ada memiliki kegiatan berdagang maupun kegiatan yang lain. Saat mengikuti kegiatan pelatihan para pelaku UMKM tersebut sangat antusias dan banyak merespon argumentasi yang telah dipaparkan oleh narasumber untuk lebih memperjelas apa yang ingin mereka ketahui seputar digital marketing.

Seperti menanyakan bagaimana konsep pemesanan praktis melalui aplikasi GoFood atau memahami sebuah pesan di SMS atau *WhatsApp* bukan merupakan penipuan atau mampu menganalisa pesan-pesan tersebut apakah penipuan atau benar adanya. dan masih banyak lagi diskusi yang terjadi pada kegiatan pelatihan ini.

Di dalam setiap kegiatan baik dalam proses survei, pendaftaran akun GoFood serta kegiatan pelatihan itu sendiri keterlibatan mitra bukan hanya pada aspek pelaksanaan, tetapi mulai dari komunikasi masalah, perencanaan program serta pelaksanaan, sehingga ketercapaian target luaran dan keberlanjutan program terjamin.

Evaluasi program akan dilakukan pasca kegiatan pendampingan digital marketing ini yaitu melakukan visitasi mitra untuk memantau pemahaman mitra akan *digital marketing* yang sudah dijalankan serta bagaimana mitra bisa menilai

apakah *digital marketing* ini aman atau tidak untuk dilakukan pada pelaku UMKM di pasar desa bulusari ini.

Hasil dan Pembahasan

Desa Bulusari adalah desa yang terus berkembang terus akan perekonomiannya. Hal ini dibuktikan dengan peran pemerintah desa dengan memunculkan konsep pasar desa yang mampu merangsang jenis-jenis usaha baru yang terus bermunculan, hal ini tentu membutuhkan pembinaan maupun pendampingan agar usaha tersebut bisa maju dan berkembang. (Latifah, Maika, & Kumalasari, 2018)



Gambar 1.4. Pendampingan dan Pembinaan Digital Marketing

Hasil program pengabdian pada masyarakat desa bulusari ini adalah masyarakat mampu memahami dan meng aplikasikan keadaan mitra tentang apa itu digital marketing. Sehingga tingkat literasi mitra pada digital marketing bisa meningkat serta mampu mengaplikasikan dalam aktifitas jual beli yang ada di pasar desa bulusari tersebut dan semoga mitra dan pelaku UMKM dapat menerapkan serta meningkatkan pangsa pasar usaha mitra itu sendiri.



Gambar 1.5 Aktivitas Jual Beli dengan Digital Marketing

Pada tahapan awal tim kami merumuskan bersama bagaimana kondisi mitra dan pelaku UMKM yang sesungguhnya dengan melakukan sosialisasi kepada para pelaku UMKM di desa Bulusari, sebagian besar memang belum begitu memahami tentang Digital Marketing itu sendiri dan takut untuk mengaplikasikannya dalam aktivitas Pemasaran.

Pada tahap awal kami menganalisa kebutuhan mitra dan pelaku UMKM tentang peningkatan literasi terhadap Digital Marketing itu sendiri. Program yang sederhana namun efektif adalah dengan cara mensosialisasi dan memberikan pelatihan yang pada akhirnya kami pilih dalam kegiatan ini. Selanjutnya kami kemudian menyiapkan bahan-bahan maupun materi sosialisasi dan pelatihan untuk mitra dan pelaku UMKM di pasar desa bulusari tersebut.

Dari kegiatan ini dampak positif yang sudah bisa dilihat adalah mitra dan pelaku UMKM menjadi lebih mengerti tentang pengaruh teknologi dalam kegiatan ekonomi dan usaha. Dengan peningkatan tingkat pemahaman mitra terhadap Digital Marketing akan menjadikan mereka lebih berhati-hati dan waspada terhadap setiap tawaran dan kegiatan yang berhubungan dengan aktifitas jual beli serta mampu memanfaatkan peluang-peluang yang ada yang ditawarkan pada konsep digital marketing ini seperti pemesanan makanan ataupun pembelian barang

yang salah satu syaratnya adalah pelaku UMKM sudah memiliki nomor dan akun customer yang memesan makanan/ barang yang akan dibeli tersebut.

Kesimpulan

Pendampingan digital marketing pada masyarakat desa bulusari ini menjadi salah satu alternatif dalam meningkatkan penjualan pada pelaku UMKM di pasar desa bulusari. Pemahaman mitra dan pelaku UMKM terhadap digital marketing menjadi meningkat sehingga menjadikan mereka lebih berhati-hati dan waspada terhadap setiap pemesanan dan kegiatan yang berhubungan dengan digital marketing serta mampu memanfaatkan aplikasi GoFood ini untuk meningkatkan tingkat penjualan yang lebih baik.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih atas terlaksananya kegiatan pengabdian ini disampaikan kepada Universitas Yudharta Pasuruan melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM), Rektor Universitas Yudharta Pasuruan yang telah memberikan persetujuan dan motivasi dalam terlaksananya kegiatan ini, dan masyarakat Desa Bulusari, Pelaku UMKM di pasar desa bulusari selaku mitra kegiatan pengabdian ini.

Daftar Pustaka

- Asy'ari, Subchan (2017). Strategi peningkatan pelayanan terhadap pelanggan PT. PLN UPJ Sukorejo. Jurnal Heritage, Vol.5 no.1, 43-53
- Latifah, F. N., Maika, M. R., & Ariyanti, N. (2019). PKM Geo UMKM Desa Kenongo. 3(3), 259–266.
- Latifah, F. N., Maika, M. R., & Kumalasari, H. M. (2018). Manajemen Bisnis Ibu Rumah Tangga yang Bankable di Desa Kenongo. 2, 139–144.
- Moch. Yasak dkk (2019). Laporan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Pasuruan. Yudharta Press.

Pradiani, Theresia (2017). Pengaruh sistem pemasaran Digital Marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri Rumahan. Jurnal Neliti. Vol 11 no 2, 46-53.