

PELATIHAN MARKETING ONLINE DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UMKM DAPOR 38 KELURAHAN PAKIS, SURABAYA

Naufal Abdillah^{1*}, Ahmad Habib², Tan Evan Tandiyono³, Siswoyo⁴, Richardo Zefanya Damarjanan⁵

^{1,2,4,5} Teknik Informatika, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Surabaya, Indonesia

³ Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Surabaya, Indonesia

*e-mail korespondensi: naufal@untag-sby.ac.id

Abstract

The development of technology has made rapid progress for the Indonesian economy. Online marketing is a new strategy that must be followed by business actors in order to remain competitive with current technological developments. But there are still many UMKM that have not taken advantage of technological developments in their marketing strategy. Dapor 38 is one of the UMKM located in Pakis, Surabaya City where this business still uses simple marketing, namely information from person to person. Meanwhile, these UMKM have the potential to develop their business even bigger through the use of online marketing. Therefore the purpose of this community service activity is to introduce online marketing by utilizing social media. The applications that will be used to create content on social media are Canva and Corel Draw. The choice of this application is because it is very easy to use and has interesting items that are very easy to incorporate into the content created. The result of this activity is that partners have social media accounts for their businesses which already contain some content that can attract buyers. Partners have a logo which is their business identity.

Keywords: Online marketin; Instagram; UMKM; desain

Abstrak

Berkembangnya teknologi membuat kemajuan yang pesat bagi perekonomian Indonesia. Marketing online merupakan strategi baru yang harus diikuti oleh para pelaku usaha agar tetap dapat bersaing dengan berkembangnya teknologi saat ini. Tetapi masih banyak terdapat UMKM yang belum memanfaatkan perkembangan teknologi dalam strategi pemasarannya. Dapor 38 salah satu UMKM yang berlokasi di Pakis, Kota Surabaya dimana usah ini masih menggunakan pemasaran sederhana yaitu informasi dari orang ke orang. Sedangkan UMKM ini sangat berpotensi untuk mengembangkan usahanya lebih besar lagi melalui pemanfaatan marketing online. Maka dari itu tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah mengenalkan marketing online dengan memanfaatkan media sosial. Aplikasi yang akan digunakan untuk membuat konten-konten pada media sosial adalah canva dan corel draw. Pemilihan aplikasi ini dikarenakan sangat mudah digunakan dan memiliki item-item menarik yang dengan sangat mudah dimasukkan kedalam konten yang dibuat. Hasil dari kegiatan ini adalah mitra memiliki akun media sosial untuk usahanya dimana sudah berisi beberapa konten-konten yang dapat menarik pembeli. Mitra memiliki logo yang merupakan ciri khas usaha tersebut.

Kata Kunci: marketing online; instagram; UMKM; desain

Accepted: 2023-12-24

Published: 2023-01-11

PENDAHULUAN

Usaha di bidang makanan merupakan usaha yang paling sering dipilih oleh ibu rumah tangga ketika ingin memulai merintis sebuah usaha. Seiring dengan perkembangan teknologi, memiliki dampak pada sector penjualan yang berubah dari system offline menjadi online. Banyak sekali pengusaha yang mulai menerapkan dan menguatkan strategi pemasaran mereka melalui marketing online. Salah satu contohnya adalah membuat beberapa akun media sosial, membuat akun di marketplace, dan di pelayanan pesanan makanan online. Terutama di masa pandemi Covid, marketing online adalah salah satu ujung tombak agar usaha tetap bisa berjalan. Disaat aktifitas diluar sangat dikurangi, maka melakukan pemesanan melalui online adalah salah satu solusi yang sangat ramai dipilih oleh konsumen. Maka dari itu marketing online (Khomariah,2021)

sangatlah penting bagi para UMKM saat ini. Salah satu bentuk nyata penerapan dari marketing online adalah memiliki akun media sosial (Hardiansyah,2022).

Beberapa UMKM telah membuktikan bahwa penerapan marketing online sangat memberikan kenaikan dalam hasil penjualan usaha (Harto,2019) (Harini,2020) (Andayani,2021) (Raharja,2021). Pada awalnya memang membutuhkan waktu untuk bisa beradaptasi dengan metode marketing online (Septiowati,2021) namun pelaku usaha diharuskan bisa beradaptasi demi membuat usahanya tetap berjalan (Marpaung,2021). Dapor 38 merupakan salah satu usaha UMKM rumah tangga yang berlokasi di Pakis, Kecamatan Sawahan, Kota Surabaya. UMKM ini masih menerapkan proses penjualan secara manual, mouth to mouth, sehingga area pemasaran yang sangat terbatas.

Oleh karena itu tim PKM berinisiatif untuk melakukan pendampingan berupa sosialisasi dan pelatihan mengenai marketing online dan pemanfaatan media sosial. Selain itu, tim juga akan memberikan sosialisasi terkait proses pemasaran online dan bagaimana strategi yang baik untuk melaksanakannya. Dilanjutkan dengan pelatihan untuk dapat secara mandiri dalam membuat konten-konten untuk di upload di media sosial.



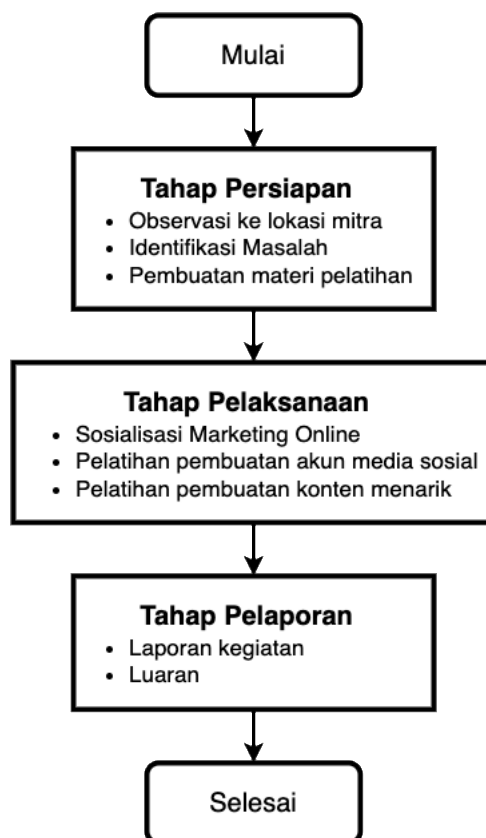
Gambar 1. Produk dan proses pembuatan di Dapor 38

METODE

Metode pelaksanaan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dibagi menjadi beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan

Tahapan ini diawali dengan tim PKM melakukan observasi dan wawancara ke mitra. Kegiatan bertujuan untuk mengetahui lebih detail mengenai kondisi dari usaha mitra. Lalu dilanjutkan dengan mengidentifikasi permasalahan dan menyusun materi yang sesuai untuk mitra.



Gambar 2. Tahapan pelaksanaan

2. Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan ini merupakan lanjutan dari tahapan persiapan. Tim PKM memberikan solusi terhadap semua permasalahan mitra berupa kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Adapun kegiatan yang dilaksanakan sebagai berikut :

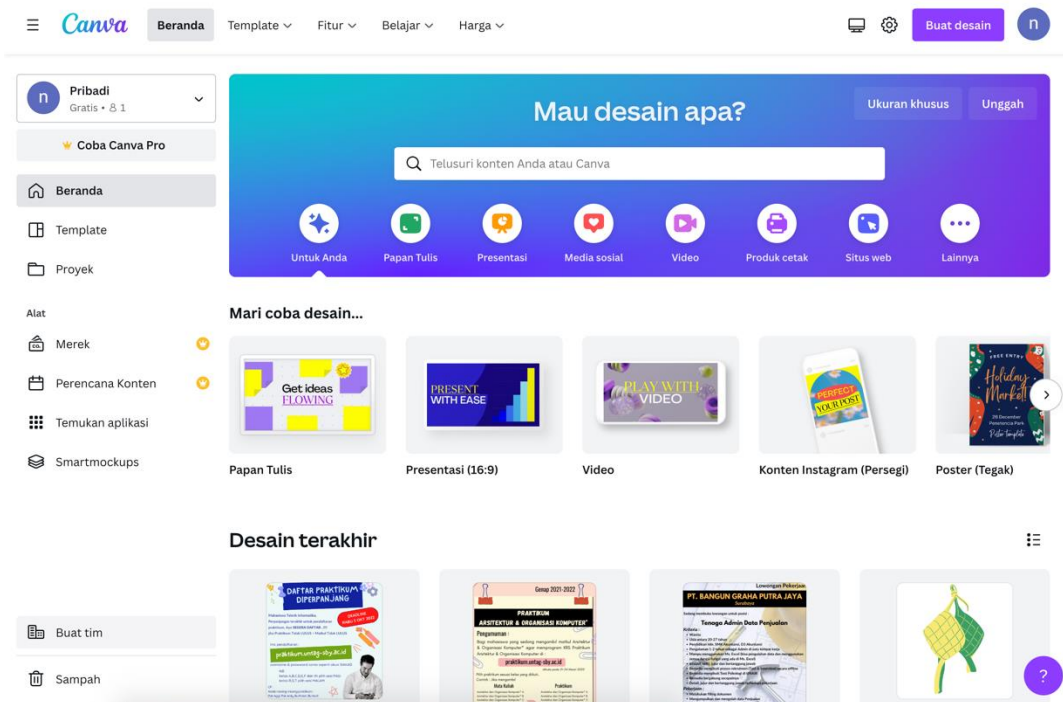
- a) Sosialisasi marketing online
- b) Pelatihan pembuatan akun media sosial
- c) Pelatihan pembuatan konten menarik

3. Tahapan Pelaporan

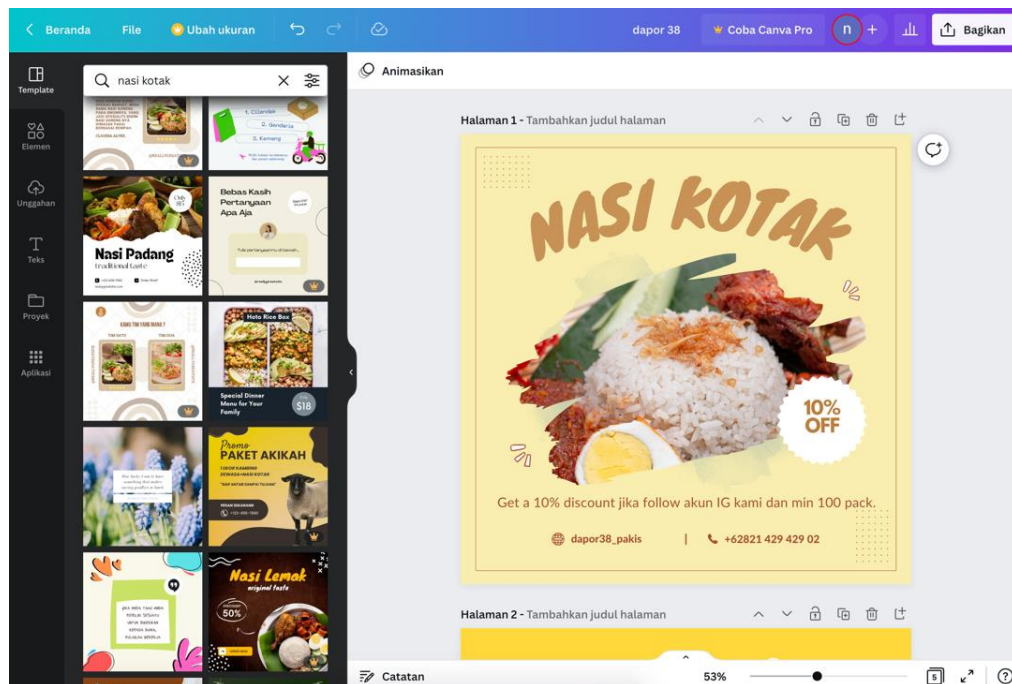
Pada tahap terakhir ini tim PKM membuat laporan dari hasil kegiatan yang telah dilakukan serta membuat luaran-luaran dan di publish ke publik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan ini adalah mitra memiliki akun media social yaitu Instagram untuk usaha Dapor 38. Pada akun Instagram tersebut sudah terdapat beberapa konten yang terupload. Konten-konten tersebut dibuat secara mandiri oleh mitra dengan bantuan dari tim pelaksana. Aplikasi yang digunakan yaitu Canva dan Corel Draw.



Gambar 3. Tampilan awal aplikasi Canva



Gambar 4. Tampilan ketika memilih membuat konten Instagram dari template yang ada

Pada aplikasi Canva terdapat halaman awal dimana user terdapat pilihan jenis konten yang akan dibuat. Mitra lebih banyak untuk membuat konten Instagram maka memilih jenis yang sesuai. Lalu akan tampil seperti Gambar diatas. Banyak sekali template yang bisa dipilih dengan memasukkan kata kunci pencarian dibagian kiri atas.

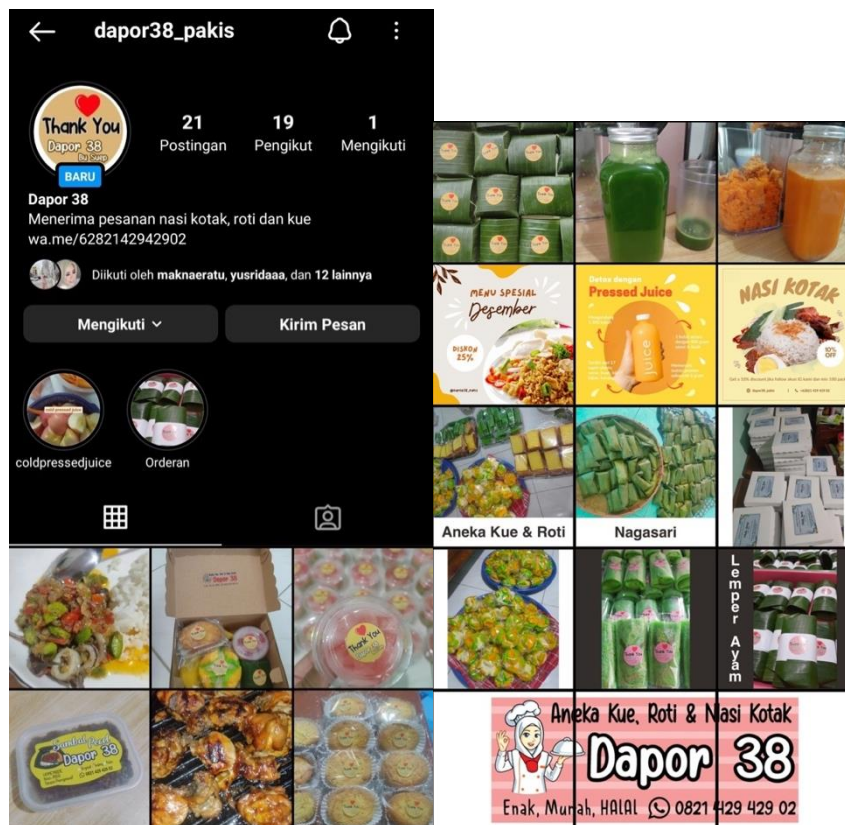
Berikut ini adalah beberapa konten yang berhasil dibuat menggunakan aplikasi Canva dan Corel Draw.



Gambar 5. Hasil desain menggunakan Canva



Gambar 6. Hasil desain menggunakan Corel Draw



Gambar 7. Tampilan akun Instagram Dapur 38

Dari hasil desain, masing-masing aplikasi memiliki kelebihan dan kekurangan bagi pengguna Dapor 38. Untuk aplikasi Canva, desain dapat menggunakan template yang telah ada dan user hanya tinggal mengganti teks dan gambar sesuai dengan konten yang akan dibuat. Canva juga telah menyediakan item-item yang menarik dan unik untuk diselipkan pada desain konten user. Namun modifikasi yang dilakukan terbatas. Berbanding terbalik dengan Corel Draw, desain yang dibuat adalah dari nol (awal) sehingga user dapat dengan leluasa membuat desain yang diinginkan. Namun aplikasi ini tidak menyediakan template ataupun item-item menarik, sehingga user harus mencari sendiri di google.

Pemilihan untuk penggunaan kedua aplikasi ini tergantung dari konten apa yang akan dibuat oleh user. Setelah selesai membuat konten-konten maka Langkah selanjutnya adalah mengunggah ke akun sosial media. Akun Instagram dari mitra dapat dilihat di @dapor38_pakis. Untuk tampilan dari akun dapat dilihat pada Gambar dibawah ini.

KESIMPULAN

Tujuan utama dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah mengenalkan mitra pada manfaat penerapan marketing online dan media social. Dimana target utamanya adalah untuk memperluas area pemasaran dan menaikkan omzet penjualan. Selain itu dengan adanya logo, maka usaha memiliki nilai branding produk untuk menaikkan daya saing usaha. Dari kegiatan pelatihan, mitra dapat membuat secara mandiri untuk konten-konten yang ada di Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Khomariah, N. E., & Primandari, P. N. (2021). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Pelaku Usaha Toko Ikan" Sub Aquatic" Sebagai Strategi Digital Marketing. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 795-801.
- Khomariah, N. E. (2021). Implementasi pemasaran ikan hias "sub betta brothers" melalui social media dan digital marketing. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 196-201.
- Khomariah, N. E. (2021). Pelatihan Desain Label Kemasan Pada Produk Aneka Peyek Merk "Ono" Di Desa Palemwatu Kecamatan Menganti, Gresik. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 147-151.
- Hardiansyah, B., & Armin, A. P. (2022). Pemanfaatan Sosial Media Instagram Sebagai Sarana Digital Marketing Di Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(7), 1297-1306.
- Harto, D., Pratiwi, S. R., Utomo, M. N., & Rahmawati, M. (2019). Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(1), 39-45.
- Harini, C., & Rohman, A. (2020). Iptek Bagi Masyarakat dan Pengembangan Marketing Online Pada UMKM Kabupaten Semarang. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(3), 701-706.
- Andayani, I., Roesminingsih, M. V., & Yulianingsih, W. (2021). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Nonformal*, 16(1), 12-20.
- Raharja, S. U. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan usaha umkm di masa pandemi melalui optimalisasi penggunaan dan pengelolaan media digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108-123.
- Septiowati, R., Sari, S., Purwatiningsih, P., Dyatmiko, R., & Widayat, W. (2021). Meningkatkan Profit Umkm Dengan Menerapkan Penjualan Melalui Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdikaryasakti*, 1(2), 129-142.
- Marpaung, A. P., Hafiz, M. S., Koto, M., & Dari, W. (2021, November). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan (Vol. 2, No. 1, pp. 294-300)*.