



Literasi Pemanfaatan Digital Marketing dalam Peningkatan UsahaUMKM

Ismail Hajjali¹, Muhammad Abbas²,
Andi Muhammad Fara Kessi³, Imran Tajuddin⁴, Tasrik⁵,
Hermin Arrang⁶

Universitas Muslim Indonesia, Universitas Fajar, STIE Wira Bhakti

¹ismail.ha@umi.ac.id, ²muhammadabbas@unifa.ac.id

³farakessi@wirabhakti.ac.id, ⁴imran.tajuddin@umi.ac.id,

⁵tasrik@umi.ac.id, ⁶hermin@ukipaulus.ac.id⁶

Diterima: 21 November 2023

Disetujui: 05 Desember 2023

Dipublikasi: 30 Desember 2023

ABSTRAK

Abstrak: Desa Balangtanaya adalah salah satu desa yang ada di Kecamatan Polongbangkeng Utara Kabupaten Takalar, dimana desa mempunyai Usaha Mikro Kecil Menengah memiliki keterbatasan menjalankan usahanya dalam hal memperkenalkan dan menjual hasil produknya di pasar, lingkup wilayah penjualan terbatas, dan menghadapi persaingan dari lokal dan wilayah lain. Hal ini adalah tantangan pengembangan usaha berskala mikro kecil dan menengah. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diselenggarakan berbasis service-learning yang berbentuk pendampingan usaha produk UMKM. Tahapan pendampingan sendiri dimulai dari tahap pembekalan hingga monitoring. Tujuan dari kegiatan ini adalah mengetahui kendala dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM dan menyusun pemasaran digital yang dapat mendukung usaha mereka. Pemasaran digital diaplikasikan secara khusus dalam membuat media sosial yang sesuai bagi UMKM. Pemasaran digital ini diharapkan dapat mengembangkan jangkauan pasar. Hasil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menunjukkan bahwa literasi pemanfaatan digital marketing dapat mengubah cara UMKM terhubung dengan konsumen mereka. Penggunaan media sosial membantu memperkenalkan, mempromosikan dan memasarkan produk UMKM secara lebih luas. Karakteristik dan kebutuhan pengembangan UMKM juga menyebabkan perbedaan keperluan untuk menerapkan metode pemanfaatan digital marketing melalui media sosial.

Kata Kunci: Pemanfaatan Media Sosial, Digital Marketing, Online.

Abstract: Balangtanaya Village is one of the villages in North Polongbangkeng District, Takalar Regency, where the village has Micro, Small and Medium Enterprises has limitations in running its business in terms of introducing and selling its products in the market, the scope of sales areas is limited, and faces competition from local and other regions. This is a challenge for the development of micro, small and medium scale enterprises. This community service activity is held based on service-learning in the form of business assistance for MSME products. The stages of mentoring themselves start from the debriefing stage to monitoring. The purpose of this activity is to find out the obstacles and challenges faced by MSMEs and compile digital marketing that can support their business. Digital marketing is applied specifically in making social media suitable for MSMEs. This digital marketing is expected to develop market reach. The results of this Community Service activity show that digital marketing utilization literacy can change the way MSMEs connect with their consumers. The use of social media helps introduce, promote and market MSME products more broadly. The characteristics and needs of MSME development also cause differences in the need to apply digital marketing utilization methods through social media.

Keywords: Utilization Of Social Media, Digital Marketing, Online.

PENDAHULUAN

Pemanfaatan media sosial memang dapat memberikan kemudahan dalam proses promosi dan jual beli yang dilakukan oleh para UMKM untuk memasarkan produknya serta dapat meminimalkan biaya (Romadhoni et al., 2022). Namun masih banyak pula pelaku UMKM yang kurang mengerti dengan pemanfaatan media sosial untuk



memasarkan bisnisnya, mereka masih melakukan pemasaran secara tradisional yaitu dengan memasarkan produk langsung kepada konsumen yang hanya mempunyai cakupan wilayah yang masih kecil. Biasanya adalah pelaku usaha dikalangan orang tua yang belum mengetahui tentang pemasaran online.

Ada beberapa media sosial yang sedang booming saat ini antara lain Whatsapp, Instagram, Twitter, Line, Telegram, Facebook, Youtube, dan lain- lain. Seseorang pasti memiliki berbagai motivasi dalam menggunakan media social. Sekedar untuk berkomunikasi dengan orang lain, untuk mencari tahu perkembangan sesuatu, untuk berbagi informasi maupun untuk mengikuti salah satu yang menjadi trendsaat ini yaitu menggunakan media sosial sebagai bentuk eksistensi diri (Latief, 2022).

Bagi orang-orang yang ingin diakui eksistensinya oleh masyarakat luas melalui media sosial biasanya akan menggunakan media sosial yang bersifat terbuka seperti Instagram, Facebook, Line, atau Twitter. Karena melalui media social disinilah tempat kita bisa secara bebas dan terbuka dalam berinteraksi (Anbumani, 2017). Sehingga banyaknya update status serta postingan yang kita miliki adalah salah satu bentuk jika kita ingin dikenal secara luas. Kelompok Mitra PKM ini adalah masyarakat dan para pelaku usaha UMKM Desa Balangtanaya Kecamatan Polongbangkeng Utara, Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan.

Kelurahan ini secara geografiterletak 9 km dari ibukota Kabupaten Takalar. Daerah ini sangat mudah dijangkau dengan jarak 45 km dari kota metropolitan Makassar dan terletak antara 5 derajat 3 menit sampai 5 derajat 38 menit lintang selatan dan antara 199 derajat 22 menit sampai 199 derajat 39 menit bujur timur dengan luas wilayah 566,51 km persegi. Jika dilihat dari lapangan pekerjaan utama, hampirseparuh pekerja di Takalar bekerja di sektor pertanian. Berbanding terbalik dengan sektor industri pengolahan yang memiliki jumlah pekerja sebesar 5,024 persen. Tingginya persentase penduduk yang bekerja di sektor pertanian disebabkan karena secara georafis Takalar merupakan wilayah sentra pertanian. Hal lainnya juga dikarenakan pendidikan angkatan kerja yang relatif rendah, sehingga akan 2 mengalami kendala dalam pelaksanaan pekerjaan di sektor lainnya karena kurangnya skill/keterampilan yang dimiliki.

Dilihat dari berbagai permasalahan di Kelurahan Parangluara baik darisegi kualitas dan kapasitas masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan, pembinaan kemasyarakatan dan pemberdayaan masyarakat, maka solusi yang ditawarkan adalah mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat melalui Penyuluhan Literasi Pemanfaatan Digital Marketing di Desa Balangtanaya Kecamatan Polongbangkeng Utara Kabupaten Takalar.

METODE

Untuk membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi kelompok mitra, yaitu masyarakat danpelakuusaha UMKM Desa Balangtanaya dilaksanankn melalui penyuluhan yang dihadiri 29 Orang, maka diperlukan pendekatan dan Metode dalam program PKM ini. Metode dan Pendekatan yang dikembangkan adalah sebagai berikut:

Pertama, tentang kurangnya pengetahuan dan kemampuan mitra UMKM dalam memanfaatkan media social marketing dalam memperkenalkan dan memasarkan produknya, maka akan diberikan pelatihan tentang pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dalam meningkatkan usaha masyarakat melalui pemberdayaan masyarakat.

Kedua, masih rendahnya penguasaan teknik-teknik berpromosi melalui sosial media marketing. Dari permasalahan ini maka dilakukan Solusi yang tepat dengan memberikan pengetahuan yang benar bagaimana memanfaatkan media sociar marketing meliputi pemasaran yang efektif, strategi promosi online, dan cara membuat konten media social



yang menarik dan menimbulkan minat beli konsumen.

Ketiga, rendahnya pemahaman metode dan etika bersosial media yang efektif. Hal ini disebabkan kurangnya pengetahuan dan pemahaman teknis serta belum mengetahui secara lengkap bagaimana metode dan etika bersosial media yang baik, maka pelaku UMKM sebagai mitra desa memberikan literasi bagaimana memanfaatkan social media marketing secara efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diharapkan dari pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Balangtanaya, Kecamatan Polongbangkeng Utara, Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan pemahaman serta kemampuan masyarakat dan pelaku UMKM Desa Balangtanaya tentang pemanfaatan social media marketing.
2. Mampu melakukan praktek cara mengupload dan mengirim produk yang mau dipromosikan dan dipasarkan di social media marketing, misalnya pada aplikasi marketplace.
3. Masyarakat dan pelaku usaha UMKM mampu terhindar dari masalah hukum (Undang-Undang IT)
4. Mitra menguasai teknik-teknik berpromosi melalui media sosial dengan harapan pengetahuan mitra semakin bertambah.

Literasi Digital Marketing merupakan suatu proses pembelajaran membaca dan menulis yang memerlukan dorongan dan motivasi yang tinggi, karena sangat lemahnya minat baca di masyarakat termasuk guru dan siswa yang harus banyak membaca untuk dapat menyerap dan memahami ilmu yang didapatnya. Sedangkan bila dikaitkan dengan digital maka Literasi digital berarti pengetahuan serta kecakapan masyarakat desa dalam memanfaatkan media digital seperti alat komunikasi (handphone, laptop dll), jaringan internet dan lain sebagainya, sehingga dengan pengetahuan tersebut masyarakat dapat memiliki kemampuan dalam mengakses informasi lebih luas dan memiliki sumber daya yang mampu berkomunikasi secara online baik melalui facebook, Instagram, tiktok, shopee dan sebagainya. Adapun ruang lingkup materi penyuluhan pemanfaatan digital marketing meliputi:

1) Pengertian Pemasaran

- Pemasaran (Marketing) adalah suatu sistem untuk melakukan kegiatan pemasaran secara keseluruhan mulai dari merencanakan produk, penetapan harga, Promosi hingga merancang strategi pendistribusian produk untuk memuaskan para konsumen.
- Marketing juga akan melakukan analisis pasar dan juga mengidentifikasi kebutuhan konsumen agar memudahkan sales saat terjun langsung dalam melakukan pemasaran produk.
- Marketing atau Pemasaran merupakan salah satu inti dari kegiatan bisnis, karena produk sebagus apapun jika fungsi ini tidak berjalan, Maka tujuan bisnis sulit untuk tercapai. Pengertian Marketing adalah seluruh aktivitas yang bertujuan untuk mempromosikan sebuah produk atau jasa yang ditawarkan suatu perusahaan kepada target pasar tertentu. Dengan kata lain, marketing adalah usaha untuk menarik perhatian calon konsumen.



2) Pengertian Digital Marketing

- Digital marketing adalah suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk menggunakan media digital atau internet.
- Tujuan digital marketing adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat.
- Digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk Branding yang menggunakan berbagai media.

3) Kelebihan Digital Marketing

❑ Kecepatan Penyebaran

Strategi pemasaran dengan menggunakan media digital dapat dilakukan dengan sangat cepat, bahkan dalam hitungan detik.

Selain itu, DM juga dapat diukur secara *realtime* dan tepat.

❑ Kemudahan Menemukan Potensi Pasar

Dengan menggunakan media *online*, hasil dari kegiatan pemasaran dapat langsung diketahui. Informasi seperti berapa lama produk Anda ditonton, berapa banyak orang yang melihat produk Anda, berapa persen konversi penjualan dari setiap iklan dan sebagainya.

Setelah mengetahui informasi-informasi macam itu, selanjutnya Anda dapat menentukan potensi pasar apa yang dibutuhkan oleh pengguna media sosial

❑ Jangkauan Lebih Luas

Kelebihan berikutnya yaitu jangkauan geografis dari DM yang luas. Anda dapat menyebarkan *brand* atau produk ke seluruh dunia hanya dengan beberapa langkah mudah dengan memanfaatkan internet.

❑ Murah dan Efektif

Dibandingkan dengan pemasaran tradisional, tentu saja *digital marketing* jauh lebih murah dan efektif.

❑ Membangun Nama *Brand*

Digital marketing membantu Anda membangun nama *brand* dengan baik. Eksistensi dunia maya dengan keberadaan *brand* Anda sangat penting karena orang akan melakukan pencarian *online* sebelum membeli produk Anda.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat tentang Literasi Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Peningkatan Usaha UMKM Di Desa Balangtanaya Kecamatan Polombangkeng Utara Kabupaten Takalar dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Masyarakat dan pelaku usaha UMKM Desa Balangtanaya sebagai mitra pengabdian kepada masyarakat memiliki respon dan antusias yang sangat besar terutama dalam proses pelaksanaan kegiatan walaupun dengan segala keterbatasan yang dimiliki.
2. Pada tahap inti dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan adalah dengan cara penyuluhan melalui ceramah, diskusi yang materinya tentang literasi pemanfaatan digital marketing.
3. Masyarakat dan pelaku usaha UMKM Desa Balangtanaya diharapkan untuk tetap konsisten dan berlanjut memanfaatkan digital marketing melalui social media untuk dapat memperkenalkan dan memasarkan produknya.
4. Penyuluhan dan pelatihan literasi digital marketing dilaksanakan secara berkala dan berlanjut di Desa Balangtanaya untuk mengikuiti perkembangan teknologi



DAFTAR PUSTAKA

- Anbumani, S. (2017). Digital marketing and its challenges. *Airo International Research Journal*, 12, 2–17.
- Latief, F. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Catering Rumahan di Makassar Melalui Promosi di Instagram, Harga dan Ragam Menu. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1095–1105.
- Romadhoni, B. R., Akhmad, A., Khalid, I., & Muhsin, A. (2022). Pemberdayaan Umkm Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Kabupaten Gowa. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1074–1088.