

PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN SELLING PRODUCT UMKM KABUPATEN KEPULAUAN MENTAWAI

Alvindo Dermawan¹, Angelia Leovita², Dian Fauzi³, Ilham Martadona⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Agribisnis Universitas Tamansiswa Padang

*E-mail : imartadona@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro Kecil (UMKM) saat ini berkembang cukup pesat di Indonesia, badan usaha ini memegang peranan penting dalam perekonomian bangsa. Dengan pengembangan digitalisasi UMKM akan membuat ekonomi digital di Indonesia pada 2025 akan menjadi terbesar di Asia Tenggara. Diketahui bahwa pelaku UMKM tidak mengikuti perkembangan digital, terutama karena kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital. Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi yang sangat fokus dalam peningkatan daya saing UMKM. Kabupaten Kepulauan Mentawai adalah daerah kepulauan di Sumatera Barat yang juga memiliki beberapa produk UMKM unggulan. Pemerintah Kabupaten Kepulauan Mentawai berkomitmen untuk meningkatkan skill pelaku usaha khususnya skill dalam pemasaran secara online. Permasalahan mendasar yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kabupaten Kepulauan Mentawai adalah masih sedikitnya pelaku UMKM yang mampu menerapkan atau mengaplikasikan digital marketing. Metode yang digunakan adalah kombinasi antara ceramah dan praktek langsung. Pelaku usaha di Kabupaten Kepulauan Mentawai belum menerapkan pemasaran secara online karena belum mendapatkan pelatihan pemasaran secara online, oleh karena itu dilakukan pelatihan pemasarn secara online bagi pelaku usaha di Kabupaten Kepulauan Mentawai materi pelatihan mencakup pemanfaatan digital marketing dan strategi yang bisa dilakukan agar bisa melakukan pemasaran online secara efektif

Kata kunci: UMKM, digital marketing, strategi marketing

PENDAHULUAN

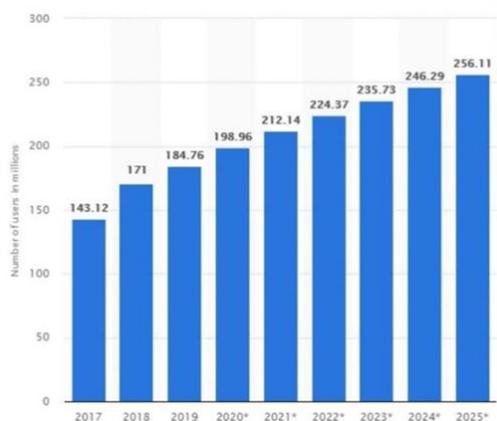
Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi perhatian khusus untuk peningkatan perekonomian nasional pada akhir ini. Kementerian Koperasi dan UKM (2015) menginformasikan bahwa sampai dengan akhir tahun 2015 jumlah unit UMKM telah mencapai 49.258 juta, atau 99,99 persen dari pelaku bisnis yang ada di Indonesia. Dari jumlah tersebut 46.795 juta, atau 95,2 persen adalah pengusaha mikro. Menurut Sutanto (2007) sebagian besar pengusaha mikro terutama yang bergerak di sektor pertanian dan sektor informal memiliki pendapatan bersih kurang dari USD 1.440 per keluarga per tahun. Dengan pendapatan sekecil itu mereka masih tergolong kelompok miskin yang berpendapatan kurang dari USD 1 per orang per hari. Namun demikian kelompok usaha ini menyerap lebih kurang 89 juta tenaga kerja atau identik dengan 96,7 persen tenaga kerja

yang ada dalam dunia usaha (Yoseva dan Teuku Syarif, 2010).

Usaha Mikro Kecil (UMKM) saat ini berkembang cukup pesat di Indonesia, badan usaha ini memegang peranan penting dalam perekonomian bangsa. UMKM dalam perekonomian nasional membantu memberikan lapangan pekerjaan yang cukup besar bagi masyarakat, di Indonesia yang masyarakatnya tergolong dalam bagian masyarakat menengah ke bawah, namun saat ini yang menjadi permasalahan bagi UMKM adalah kemampuan dan pengetahuan pelaku UMKM yang sangat lemah dalam pemasaran online padahal zaman sekarang perkembangan teknologi sudah sangat maju sehingga UMKM juga harus mengikuti perkembangan teknologi dengan memasarkan produknya secara online diberbagai media pemasaran online.

Dengan pengembangan digitalisasi UMKM akan membuat ekonomi digital di

Indonesia pada 2025 akan menjadi terbesar di Asia Tenggara. Meski begitu ada kendala yang dihadapi oleh UMKM yaitu diperlukan penguatan edukasi literasi digital dan penguatan sumber daya manusia para pelaku usaha UMKM (Suwarni dkk., 2019). Sebab selama ini literasi digital dan kualitas sumber daya manusia para pelaku UMKM sangat minim, sehingga berdampak pada kurang maksimalnya dalam memproduksi produk unggulan masing-masing. Padahal, mayoritas pelaku usaha UMKM ingin mempraktikkan bisnis digital dalam pengembangan usahanya (Susanti, 2020).



Gambar 1. Pertumbuhan Pengguna Internet

Gambar 1 menunjukkan jumlah pengguna internet setiap tahun dan data prediksi pengguna internet pada tahun 2025. Terlihat pada gambar setiap tahun terjadi peningkatan dalam penggunaan internet. Peningkatan pengguna internet setiap tahun menjadi peluang yang sangat besar bagi pelaku UMKM untuk memulai pemasaran secara online, hal ini juga harus didukung dengan peningkatan kemampuan pelaku UMKM agar bisa melakukan pemasaran secara online karena sebagian besar pelaku UMKM di Indonesia masih belum paham dalam pemanfaatan internet untuk pemasaran produk.

Diketahui bahwa pelaku UMKM tidak mengikuti perkembangan digital, terutama karena kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital (Alford & P., 2015). Sejumlah pelaku usaha percaya bahwa penggunaan pemasaran tradisional saat ini dianggap kurang efektif. Meski demikian, pemasaran online dan media sosial pemasaran hanya sebagai pelengkap, karena sebagian besar UMKM belum menerapkan potensi

penuh dari alat digital, maka tidak mendapat manfaat sepenuhnya dari perkembangan digital (Chant & Wiid, 2016). UMKM di Indonesia tidak semuanya mampu mengubah pola pemasaran mereka kepada pemasaran digital. Faktor latar belakang pendidikan yang rendah dan kurangnya pengetahuan tentang internet, pengembangan, dan teknologi adalah alasan belum optimalnya penggunaan pemasaran digital pada UMKM (Kurniawan & Asharudin, 2018)

Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi yang sangat fokus dalam peningkatan daya saing UMKM. Jumlah UMKM di Sumatera Barat mencapai 70.829 unit dan diperkirakan mampu membuka lebih dari 8.000 lapangan kerja untuk masyarakat. Kec. Tua Pejat Kabupaten Kepulauan Mentawai adalah daerah kepulauan di Sumatera Barat yang juga memiliki beberapa produk UMKM unggulan. Pemerintah Kabupaten Kepulauan Mentawai berkomitmen untuk meningkatkan skill pelaku usaha khususnya skill dalam pemasaran secara online.

Berkenaan dengan hal tersebut, dalam memenuhi Tri Dharma perguruan tinggi, kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM di Kabupaten Kepulauan Mentawai untuk bisa mengaplikasikan digital marketing atau pemasaran secara online.

Permasalahan mendasar yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kabupaten Kepulauan Mentawai adalah masih sedikitnya pelaku UMKM yang mampu menerapkan atau pengaplikasian digital marketing. Permasalahan ini harus segera di tangani mengingat di era digital seperti saat ini, digital marketing menjadi strategi penting untuk menjangkau pelanggan dan dapat meningkatkan potensi bisnis. Untuk itu memberikan pelatihan terkait dengan penggunaan digital marketing atau pemasaran online merupakan salah satu cara agar pelaku UMKM mampu bersaing pada era digitalisasi saat ini.

METODE PELAKSANAAN

1. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan masyarakat dilaksanakan di Bujai Griya Hotel Kec. Sipora Kabupaten Kepulauan Mentawai

Provinsi Sumatera Barat pada tanggal 17-18 Juli 2023. Pengabdian dilaksanakan oleh beberapa orang dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tamansiswa Padang

2. Metode Pengabdian Masyarakat

Agar pengabdian masyarakat ini dapat menghasilkan luaran yang diharapkan maka, digunakan metode pelatihan dan praktek langsung kepada UMKM di Kabupaten Kepulauan Mentawai. Metode pelatihan yang digunakan yaitu kombinasi antara ceramah dan praktek langsung

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian Masyarakat yang diselenggarakan terkait pelatihan pemanfaatan Digital Marketing bagi UMKM di Kabupaten Kepulauan Mentawai dilaksanakan pada tanggal 17-18 Juli 2023 bekerjasama dengan diskoperindagUKM Kabupaten Kepulauan Mentawai. Pemateri terkait Digital Marketing disampaikan oleh Alvindo Dermawan, SP., M.Si. Pengabdian masyarakat dilaksanakan dengan ceramah dan praktek langsung terkait pemasaran secara online. Peserta yang hadir pada pelatihan manajemen UMKM dalam pemasaran secara online adalah 30 orang yang merupakan pelaku usaha yang berada di berbagai kecamatan di Kabupaten Kepulauan Mentawai.

Pelaku UMKM di Kecamatan Sipora Kabupaten Kepulauan Mentawai sebagian besar masih melakukan pemasaran secara konvensional dan belum memanfaatkan internet dalam pemasaran produk, padahal pada zaman sekarang pemasaran secara online sangat penting untuk diterapkan karena selain dapat meningkatkan perhatian calon konsumen pemasaran secara online juga terbukti dapat meningkatkan laba penjualan sesuai dengan hasil penelitian (Setiawati, 2017) tentang Pengaruh Strategi Pemasaran Online terhadap Peningkatan Laba UMKM menyatakan bahwa pemasaran secara online pengaruh signifikan terhadap peningkatan laba UMKM.

Sebagian besar skala usaha pelaku usaha di Kabupaten Kepulauan Mentawai. adalah skala usaha ultra mikro sampai mikro dengan total asset kecil dari Rp. 50.000.000 dan total omzet kecil dari Rp. 300.000.000 dalam satu tahun. Jenis produk yang banyak

dihasilkan adalah makanan seperti keripik, lele asap, dan kue kering lainnya. Pemasaran produk biasanya dilakukan secara konvensional dengan menitipkan produk ke toko atau ke pasar terdekat tanpa menerapkan strategi pemasaran yang baik dan benar. Pelaku usaha di Kabupaten Kepulauan Mentawai sebagian besar belum mengetahui jenis-jenis media pemasaran secara online dan strategi-strategi pemasaran secara online. Zaman sekarang kemajuan teknologi sangat pesat, penggunaan internet semakin melambung tinggi, khususnya para generasi milenial yang setiap hari selalu membutuhkan teknologi digital untuk membantu pekerjaan sehari-hari.

Digital Marketing merupakan pemasaran yang memanfaatkan teknologi seperti SEO, media social marketing, marketplace dan lain sebagainya. Dalam pelaksanaan pengabdian ini UMKM di Kabupaten Kepulauan Mentawai sudah diberikan materi terkait pengenalan digital marketing dan pemanfaatan digital marketing melalui media social dan google my business.



Gambar 2. Kegiatan Hari 1 (17 Juli 2023)



Gambar 3. Kegiatan Hari 2 (18 Juli 2023)

KESIMPULAN

Perkembangan zaman harus diikuti dengan peningkatan skill, khususnya bagi pelaku usaha di Kabupaten Kepulauan

Mentawai. Salah satu dampak perkembangan zaman adalah kemajuan teknologi, dunia bisnis yang sangat dinamis juga ikut terdampak akibat kemajuan teknologi seperti pemasaran secara online. Pelaku usaha di Kabupaten Kepulauan Mentawai belum menerapkan pemasaran secara online karena belum mendapatkan pelatihan pemasaran secara online, oleh karena itu dilakukan pelatihan pemasarn secara online bagi pelaku usaha di Kabupaten Kepulauan Mentawai materi pelatihan mencakup pemanfaatan digital marketing dan strategi yang bisa dilakukan agar bisa melakukan pemasaran online secara efektif, pelatihan ini diikuti oleh 30 pelaku usaha di Kabupaten Kepulauan Mentawai dan berlangsung selama dua hari yaitu pada tanggal 17 dan 18 Juli 2023.

DAFTAR PUSTAKA

- Alford, P., & P., S. J., 2015, Marketing Technology for Adoption by Small Business, *The Service Industries Journal*, no 35, vol 11–12.
- Chant, M. C., & Wiid, J. A., 2016, The Use of Traditional Marketing Toolsby SMEs in an Emerging Economy: a South African Perspective, *Problems and Perspective Management Journal*, no 1, vol 12
- Kurniawan, A., & Asharudin, M., 2018, Small an Medium Enterprises (SMES) Face Digital Marketing. *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business*, no 2, vol 1.
- Suwarni, E., Sedyastuti, K., & Mirza, A. H., 2019, *Peluang dan Hambatan Pengembangan Usaha*