

**Pendampingan Pembuatan *Digital Marketing*
Desa Pasirawi, Rawamerta
(Studi Kasus UMKM Kerupuk Rizsky Ridho)**

Risa Nur Islami, Neni Sumarni
Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer
Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Si.19risaislami@mhs.ubpkarawang.ac.id
neni.sumarni@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi dunia *digital* dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. *Digital marketing* ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. penjualan yang dilakukan UMKM kerupuk rizsky ridho masih menggunakan penjualan keliling. Tujuan kegiatan ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM kerupuk rizsky ridho tentang implementasi *digital marketing* sebagai strategi dalam memasarkan produk. Hasil dari pengabdian masyarakat adalah UMKM kerupuk rizsky ridho memiliki media sosial dan *marketplace* sebagai alat untuk melakukan promosi produk dan pemilik UMKM kerupuk rizsky ridho memiliki pemahaman tentang *digital marketing* serta mampu mengelola media sosial dan *marketplace* yang dimiliki.

Kata kunci: *digital marketing*, UMKM, sosial media, *marketplace*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu usaha produktif yang sering dilakukan oleh Sebagian besar kalangan usaha masyarakat Indonesia khususnya di Desa Pasirawi Kecamatan Rawamerta kabupaten Karawang secara turun-temurun. Salah satu usaha produktif yang berkembang di Desa Pasirawi adalah penjualan kerupuk. Namun, sistem penjualan yang dilakukan oleh UMKM tersebut dinilai masih kurang optimal karena dalam transaksi pembelian secara langsung dengan penjual.

Pesatnya perkembangan teknologi, dunia *digital* dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Strategi *digital marketing* ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet (Utami & Marzuko, 2021). *Digital Marketing* atau biasa disebut

pasaran *digital* adalah suatu usaha atau metode untuk memasarkan sebuah merek atau produk dengan menggunakan media pendukung dalam bentuk digital. Metode ini mapu menjangkau konsumen sbaik secra pribadi, relevan dan tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumen (Dr. Musnaini, S.E. et al., 2021). Media sosial bisnis yang sekarang ini populer digunakan untuk pemasaran produk antara lain, facebook, Instagram, dan media social lainnya. Selain media sosial ada juga berbagai *marketplace* yaitu seperti, shopee, Lazada, Tokopedia, dan *marketplace* lainnya.

UMKM kerupuk Rizsky ridho menjual berbagai jenis kerupuk seperti kerupuk putih, kerupuk jengkol, dan kerupuk dorokdok. Saat ini, cara promosi dan penjualan produk kerupuk ini masih manual dimana produk ini dijual dengan cara dititipkan ke warung-warung kecil. Dengan manualnya cara promosi dan penjualan yang dilakukan tidak mampu meningkatkan penjualan secara signifikan. Diharapkan implementasi *digital marketing* ini dapat membantu meningkatkan penjualan produk kerupuk ini.

Permasalahan yang ditemui pada UMKM Kerupuk Rizsky Ridho di Desa Pasirawi yaitu belum adanya teknologi informasi di dalam kegiatan promosi dan penjualan produk secara digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat *digital marketing* (market place dan social media bisnis) yang memiliki beberapa fungsionalitas sebagai sarana promosi dan penjualan.

Tujuan kajian terhadap UMKM ini diantaranya untuk: (1) Memberikan pemahaman akan perkembangan digital yang memberikan dampak positif dalam penjualan seperti adanya *marketplace*; (2) Memberikan semangat kepada pelaku UMKM dan masyarakat dalam berbisnis melalui digital marketing.

Desa Pasirawi merupakan salah satu dari beberapa desa yang berada diwilayah Kecamatan Rawamerta, Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat. Batas-batas wilayahnya sendiri yaitu sebelah utara merupakan desa panyingkiran, sebelah selatan merupakan desa Tegal sawah, sebelah timur merupakan desa Pasirkaliki dan sebelah barat merupakan desa Balongsari. Berdasarkan data per September Tahun 2013, dimana Desa Pasirawi memiliki penduduk sebanyak 5.159 jiwa, dimana dari 5.159 jiwa tersebut terdapat 2529 jiwa yang merupakan laki-laki dan 2630 jiwa yang merupakan perempuan. Selain itu dari 5.159 jiwa tersebut berasal dari tiga dusun yang berbeda-beda diantaranya terdapat 2360 jiwa yang berasal dari Dusun Krajan, 1924 jiwa yang berasal dari Dusun Sumur Bandung, 871 jiwa yang berasal dari Dusun Margasalam. Desa Pasirawi mempunyai luas wilayah \pm 467 Ha, yang terdiri dari 57 Ha merupakan tanah daratan dan 410 Ha merupakan Tanah Sawah.

METODE

Pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan selama 1 (satu) bulan terhitung dari hari Jumat, 01 Juli 2022 sampai dengan hari Minggu, 31 Juli 2022 bertempat di desa Pasirawi Kec. Rawamerta. Penulisan artikel menggunakan metode deskriptif, yang berarti sebuah penelitian dimana pengumpulan data yang dilakukan menggunakan wawancara yang dilakukan kepada pemilik UMKM kerupuk rizsky ridho untuk mengetahui cara penjualan yang sudah dijalankan. Lalu dilakukan pendampingan dan pelatihan dimulai dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman dasar-dasar pemanfaatan social media sebagai sarana pemasaran hingga sampai mitra mampu melakukan pemanfaatan secara berkelanjutan.(Sasongko et al., 2020)

Tahapan pendampingan terdiri dari beberapa kegiatan yaitu: (1) wawancara mengenai metode apa yang selama ini dilakukan dalam pemasaran dan promosi; (2) pendampingan pembuatan digital marketing (media sosial bisnis dan *marketplace*); (3) pelatihan pemasaran menggunakan digital marketing terkait bagaimana saat menerima pesanan, melakukan pengemasan, dan pengiriman barang melalui jasa antar paket.

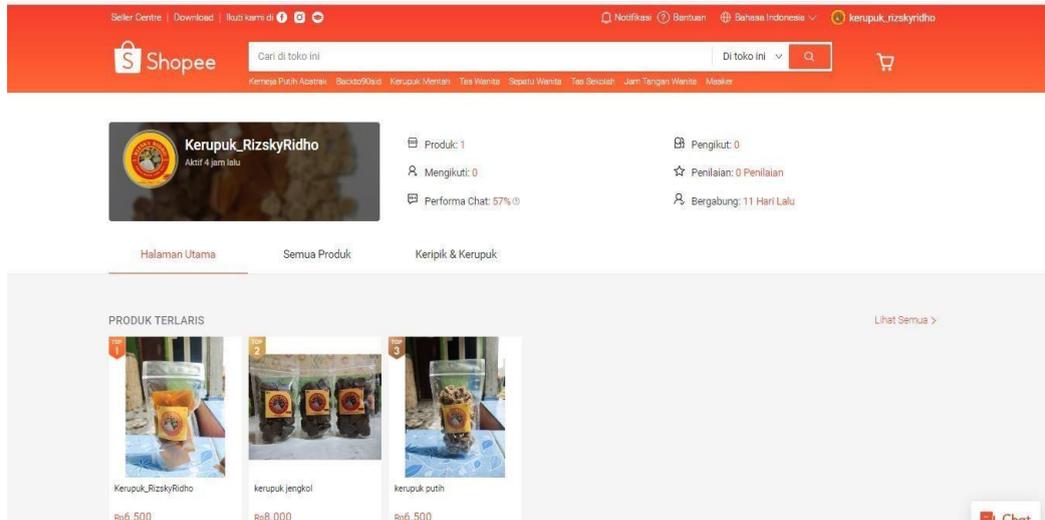
HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kerja yang dilakukan selama program pengabdian masyarakat terdiri dari pemilihan digital marketing, pendampingan pembuatan akun media sosial dan *marketplace*, dan pendampingan pada uji coba UMKM. Proses pemilihan prioritas permasalahan berdasar dari hasil wawancara bersama mitra dan analisis terkait kemungkinan yang ada dan biasa dilaksanakan secara maksimal sesuai kebutuhan mitra. Dalam kegiatan pelatihan tentang media sosial dan *marketplace*. Mitra diberikan pengetahuan terkait media sosial dan *marketplace* yang tentu sangat diperlukan dalam digital marketing

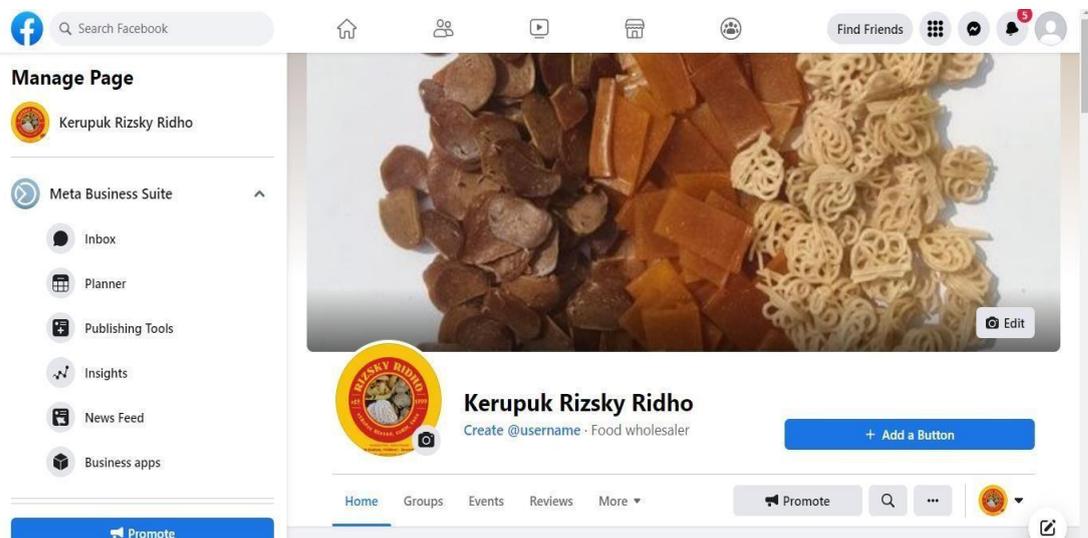
Selain menggunakan metode yang sudah dipakai oleh mitra dalam mengirim produksi kerupuk, juga diperkenalkan metode baru dalam proses kirim barang dan terima orderan. Karena jika tetap menggunakan metode lama yaitu penjualan atau pengiriman dengan menggunakan sepeda motor tentu jangkauannya tidak terlalu luas, juga ketertarikan pembeli jika terdapat metode yang lebih luas jangkauannya tentu menggunakan metode terbaru.

Kegiatan selanjutnya yaitu pendampingan mitra dalam pembuatan akun media sosial dan *marketplace*. Media sosial dan marketplace populer digunakan karena selain *user friendly* tentu mudah dalam penggunaannya. Selain itu juga bagaimanapun cara memposting produk di akun media sosial dan cara menambahkan produk. Setelah pelatihan tahap selanjutnya adalah

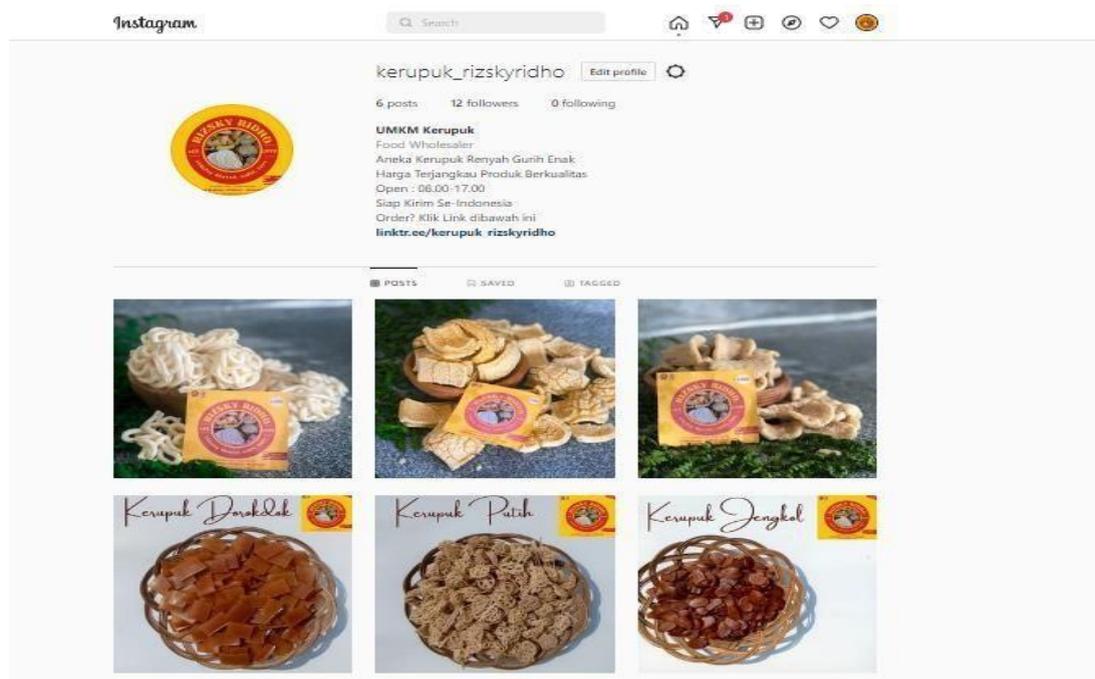
pendampingan. Pendampingan dilakukan dalam semua kegiatan baik dari segi pembuatan akun media sosial dan *marketplace*, postingan produk, pengemasan, serta uji coba menerima orderan dan mengirim orderan secara digital.



Gambar 1. Penjualan melalui marketplace shopee



Gambar 2. Penjualan dan promosi melalui media sosial facebook



Gambar 3. Penjualan dan promosi melalui media sosial Instagram

Berdasarkan dari pelaksanaan kegiatan pendampingan yang dilakukan diperoleh informasi tentang hasil pengabdian masyarakat di Desa Pasirawi pada UMKM kerupuk rizsky ridho sebagai berikut:

1. Pemilik UMKM kerupuk rizsky ridho mengetahui bagaimana dampak positif dari pemasaran dan penjualan secara digital.
2. Pemilik UMKM kerupuk rizsky ridho mendapat skill baru tentang tata cara penjualan dan promosi produk di media sosial dan *marketplace*.
3. Pemilik UMKM kerupuk rizsky ridho mendapat skill baru tentang menerima orderan, mengemas dan mengirimkan pesanan konsumen.

Adanya pemahaman ilmu dan praktek secara langsung yang diperoleh pemilik UMKM kerupuk Rizsky Ridho di Desa Pasirawi, memberikan angin segar dalam keinginan pelaku UMKM untuk lebih memperhatikan lagi dampak positif pada penjualan berbasis digital ini. Perubahan signifikan yang dirasakan pelaku UMKM memberikan dampak pada penghasilan dan inovasi pada usaha Kerupuk Rizsky Ridho.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil kegiatan pendampingan pembuatan digital marketing UMKM kerupuk rizsky ridho. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital ini menjadi harapan bagi UMKM kerupuk rizsky ridho untuk mengembangkan strategi pemasaran mereka dengan memanfaatkan media sosial dan *marketplace* sebagai sarana digital marketing.

Hasil dari Pengabdian Masyarakat adalah UMKM kerupuk rizsky ridho memiliki sosial media dan *marketplace* sebagai alat untuk melakukan promosi produk dan pemilik UMKM kerupuk rizsky ridho memiliki pemahaman tentang Digital Marketing serta mampu mengelola sosial media dan *marketplace* yang dimiliki. Rekomendasi pada pengabdian masyarakat selanjutnya adalah memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra untuk membuat konten digital marketing berupa video dan trik foto yang menarik minat konsumen.

Daftar Pustaka

- Dr. Musnaini, S.E., M. M., Dr. Suherman, S.Kom., M. M., Hadion Wijoyo, S.E., S.H., S.Sos., S.Pd., M.H., M.M., Ak., C., QWP®, & Dr (C). Irjus Indrawan, S.Pd.I., M. P. . (2021). *digital marketing* (Issue August). <https://apothesis.eap.gr/handle/repo/50638>
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92–96. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7809>
- Utami, R. A. A., & Marzuko, A. (2021). Stabilisasi Tanah Lempung Menggunakan Bahan Tambah Pasir Dan Kapur Terhadap Nilai Cbr. *Prosiding Kolokium JTS UII*, 7(3), 103–112.