

# INOVASI STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM DI DESA CIKUNTUL

ZAHRA DESEBRIYANTI LUTHFIYYAH, ANIS FITRI NUR MASRURIYAH

PROGRAM STUDI MANAJEMEN, FAKULTAS EKONOMI BISNIS

UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG

[mn19.zahralutfiyyah@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn19.zahralutfiyyah@mhs.ubpkarawang.ac.id)  
[anis.masruriyah@ubpkarawang.ac.id](mailto:anis.masruriyah@ubpkarawang.ac.id)

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah ruang lingkup dunia pemasaran. Teknik komunikasi pemasaran yang dulunya tradisional dan konvensional kini terintegrasi dengan dunia digital yang berdampak pada dunia pemasaran (Mohamad trio febriyantoro, D.A.2018). Di era sekarang ini, strategi pemasaran berbasis digitalisasi merupakan solusi yang memungkinkan para pemangku kepentingan UMKM untuk menggunakan media digital sebagai salah satu kegiatan pemasaran produk mereka, dan konsumen menjadi akrab dengan produk yang diproduksi oleh UMKM tersebut. Situasi UMKM di desa Cikuntul menunjukkan bahwa UMKM masih menggunakan teknologi offline sederhana untuk pemasaran tanpa bantuan teknologi. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode sosialisasi dan penyuluhan .kegiatan ini menjelaskan tentang materi “Inovasi Digital Marketing dan Manajemen Resiko”. Selain itu dijelaskan juga mencakup proses pendaftaran dan penggunaan platform media sosial sebagai sarana untuk menggunakan digitalisasi untuk mendorong strategi pemasaran agar produk UMKM tersebut lebih luas jangkauan pasar nya. Kegiatan ini merupakan pengabdian kepada masyarakat yang disponsori oleh Universitas Buana Perjuangan Karawang yang melakukan kegiatan sosial dan penyuluhan offline di Balai Desa Cikuntul. Analisis data ini menggunakan metode kualitatif yang menekankan pada hipotesis apriori yang memiliki keterbatasan dalam memecahkan masalah yang diteliti. Berdasarkan hasil survei, pelatihan ini menunjukkan bahwa para pelaku bisnis sangat aktif. Kegiatan ini memberikan manfaat serta inovasi sebagai strategi pemasaran untuk menyusun rencana tindak lanjut dalam menjalankan bisnis online pada UMKM Di Desa Cikuntul.

**Kata Kunci : Digitalisasi, Strategi Pemasaran, UMKM**

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi beberapa tahun terakhir telah menciptakan fenomena yang mengubah ruang lingkup dunia pemasaran. Teknik komunikasi pemasaran yang dulunya tradisional dan tradisional kini terintegrasi dengan dunia digital (Muhammad trio febriyanto, 2018). Teknik Komunikasi pemasaran yang dulunya tradisional kini telah beralih memanfaatkan kecanggihan teknologi digital yang sering disebut dengan Digital Marketing. Pemasaran Digital ini sebagai salah satu strategi untuk mendapatkan jangkauan pasar yang luas karena Digitalisasi Marketing ini memfasilitasi interaksi antara produsen serta konsumen dan perantara pasar. Yuswohadi, pakar pemasaran, menjelaskan agar para pemangku kepentingan UMKM dapat bertahan, mereka harus dapat memaksimalkan manfaat dari perkembangan digital (Rahmawati, F. 2018). Dengan pesatnya perkembangan teknologi, global digital & internet tentu saja mensugesti global pemasaran. Tren pemasaran dunia berkecimpung menurut tradisional (offline) ke digital (online). Pemasaran digital lebih menjanjikan lantaran calon pelanggan sanggup menerima segala macam kabar mengenai produk & penawaran melalui internet.

Strategi pemasaran menggunakan Digital Marketing merupakan alat untuk membangun keunggulan kompetitif yg berkelanjutan bagi perusahaan yg menghasilkan barang & jasa. Strategi pemasaran bisa dilihat menjadi keliru satu dasar buat menciptakan planning usaha yg komprehensif. Mengingat semakin ketatnya persaingan yang biasa dihadapi UMKM, dalam situasi seperti ini UMKM perlu menyusun strategi pemasaran untuk menahan persaingan antar UMKM. Di era saat ini, para pemangku kepentingan UMKM harus menggiatkan penggunaan media digital sebagai salah satu kegiatan pemasaran produk mereka untuk membiasakan konsumen dengan produk yang diproduksi oleh UMKM tersebut (Aji Putra, 2022).

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan salah satu kegiatan usaha sektor ekonomi yang dimiliki oleh masyarakat yang memenuhi kriteria usaha.. Salah satu UMKM yang dikembangkan di Desa Cikuntul, Kec. Tempuran adalah UMKM Telur Asin dan Rangginang. Desa Cikuntul adalah sebuah desa yang terletak di Kecamatan Tempuran, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Kepadatan penduduk 1,07 per KM dengan 2607 laki-laki, 1.786 perempuan dan 1552 kepala keluarga. Total luas desa Cikuntul adalah 506,61 hektar.. Desa Cikuntul Memiliki beberapa potensi salah satunya Dalam bidang pembangunan, Beberapa isu strategis terkait pelaksanaan

pembangunan Desa Cikuntul antara lain peningkatan kualitas pelayanan masyarakat, peningkatan sumber daya manusia melalui pemerataan lembaga pendidikan, peningkatan pertumbuhan ekonomi masyarakat, perbaikan kondisi lingkungan, Prasarana termasuk pemerataan fasilitas umum. (jalan desa, irigasi, jaringan telekomunikasi, sarana olahraga, pelayanan kesehatan dan prasarana lainnya)

Berdasarkan observasi lapangan khususnya di Desa Cikuntul Kecamatan Tempuran masih terdapat beberapa UMKM yang beroperasi seperti biasa secara konvensional, Di Desa Cikuntul banyak mengalami kendala dalam transisi ke sistem pemasaran digital yang lebih sesuai. dengan keterbatasan modal, masalah pemasaran produk, pengetahuan teknis yang sulit bagi para pelaku usaha untuk memasarkan dan mengembangkan usaha yang digelutinya, Desa Cikuntul adalah salah satu sasaran desa yang akan dibahas soal persaingan bisnis dengan pendatang baru di desa tersebut. Karena pendatang baru Mereka lebih maju dan lebih inovatif dalam penggunaan teknologi. Dalam hal ini merupakan masalah yang paling umum dihadapi oleh masyarakat desa Cikuntul.

Kegiatan sosialisasi dan pengabdian masyarakat dibahas dengan topik “Inovasi dan Digitalisasi UKM Menuju Masyarakat Mandiri”. Penyuluhan dan sosialisasi di desa Chikuntulu masih kurang dibandingkan dengan desa lain di kecamatan Tempuran. Beberapa UMKM yang ada dan masih eksis di desa Cikuntul. UMKM di desa ini dapat dibagi menjadi sarana produksi dan perdagangan. Perusahaan ini terutama bergerak di bidang makanan. Salah satunya adalah UMKM Telur Asin, Rangginang, Keripik Sukun, dll. Para Pelaku Ekonomi (UMKM) Di Desa Cikuntul menghadapi lingkungan yang berubah, terutama di era digital. Ada beberapa hambatan dalam menggunakan teknologi untuk mengelola bisnis online karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan. Dengan latar belakang tersebut, masalah dalam penulisan artikel ini adalah, Usaha kecil di Desa Cikuntul perlu menerapkan strategi berbasis teknologi untuk bersaing dengan bisnis online baru. Maka Tujuan Penulis Artikel Karya ilmiah ini adalah :

- a. Implementasi untuk inovasi penggunaan media Digital Marketing pada kegiatan UMKM Di Desa Cikuntul
- b. Menjelaskan upaya pengenalan usaha untuk menggunakan teknologi pada kegiatan UMKM di Desa Cikuntul, Kecamatan Tempuran melalui penyuluhan sosialisasi dan

pelatihan pemasaran digital. Digital marketing merupakan salah satu media pemasaran yang sangat diminati oleh masyarakat untuk menunjang berbagai kegiatan yang sedang berlangsung. Dalam pemasaran digital, komunikasi dan transaksi dapat bersifat global secara real time (Pradiani, 2017).. Keuntungan pemasaran digital melalui internet adalah komunikasinya mudah, murah atau cepat. (Robi Sopandi 1, 2022).

Berdasarkan paparan di atas, salah satu kegiatan pengabdian masyarakat Universitas Buana Perjuangan Karawang Desa Cikuntul difokuskan pada penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran bagi UMKM lokal dengan membantu melancarkan Go Digital. Dengan tema “Inovasi Dan Digitalisasi pada UMKM Menuju Masyarakat yang Mandiri”. Diharapkan UMKM ini akan berkembang lebih baik dan mampu bersaing secara global, memperluas jangkauan ke konsumen dan meningkatkan penjualan.

## **METODE**

Metode implementasi merupakan desain atau struktur kerja yang digunakan layanan untuk secara langsung memberikan informasi atau pemetaan komunitas (social mapping), dan terdapat interaksi yang berjalan dengan baik antara komunitas masyarakat dan pelaksana kegiatan. . Kegiatan tersebut melibatkan komunitas pengusaha Ranginang, telur asin, keripik sukun dan pelaku usaha lainnya. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui konsultasi penyuluhan sosialisasi berjudul “Inovasi Digitalisasi Marketing dan Manajemen Resiko” dengan berbagai cara untuk mengimplementasikan strategi pemasaran menggunakan teknologi Digital Marketing pada UMKM di Desa Cikuntul, Diantaranya :

- a. Menggunakan Metode Ceramah Seminar dengan Materi Pentingnya Inovasi Digitalisasi Marketing dan Manajemen Resiko Untuk pengembangan usaha UMKM khususnya dalam hal peningkatan kegiatan promosi. Seminar sosialisasi penyuluhan ini juga menampilkan beberapa contoh usaha kecil yang telah berhasil menggunakan media digital dalam upaya promosinya. Oleh karena itu, diharapkan para pemangku kepentingan usaha kecil sadar akan pentingnya penggunaan digital marketing di era saat ini.
- b. Kami memberikan latihan langsung dengan tutorial cara membuat akun dengan akun media belanja online di platform media digital seperti Shoppe, Lazada, Tokopedia. Pemberian

tutorial ini juga harus dibarengi dengan pengetahuan bagi UMKM tentang cara mengoptimalkan semua fitur yang ada di akun media digital tersebut.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil yang dicapai dengan beberapa kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema “Inovasi Dan Digitalisasi Menuju Masyarakat Yang Mandiri”. Pemilik UMKM di Desa Cikuntul antara lain UMKM Rangginang dan UMKM Telur Asin. Kegiatan ini dilakukan dalam sosialisasi berbasis seminar bertajuk “Inovasi Digital Marketing dan Manajemen Risiko pada UMKM”. Kegiatan seminar ini dilaksanakan pada tanggal 17 Juli 2022 di Balai Desa Cikuntul, Kecamatan Tempuran. Pada seminar penyuluhan sosialisasi ini difokuskan pada operasional bisnis, praktik bisnis, pemasaran bisnis, mengatasi manajemen risiko dan motivasi wirausaha, serta penggunaan media sosial sebagai pemasaran digital. Ini juga melibatkan diskusi terbuka antara peserta dan pembicara. Partisipasi dalam kegiatan ini sangat antusias, dengan banyaknya peserta yang mengikuti dan kegiatan diskusi yang semarak.

Selain menggunakan metode pendekatan dalam seminar “inovasi digital marketing dan manajemen risiko”, pelaksanaan sosialisasi digital marketing ditindaklanjuti dengan pemantauan langsung para pelaku usaha UMKM Di Desa Cikuntul, Terutama pada UMKM Rangginang dan Telur Asin yang merupakan target sasaran untuk mengimplementasikan bisnis nya yang menggunakan strategi *digital marketing*. Karena Bisnis ini merupakan bisnis dengan potensi pertumbuhan, namun masih terkendala oleh pemasaran, khususnya pemasaran media digital.

Kegiatan monitoring langsung dilakukan dengan observasi awal terkait permasalahan yang dihadapi oleh usaha kecil Rangginang dan Telur Asin :

- a. Kurangnya pemahaman mitra tentang pemasaran digital yang dapat mendorong permintaan dan pendapatan pasar
- b. Kurangnya pemahaman mitra saat menggunakan media digital untuk keperluan periklanan dan logo usaha untuk menciptakan sebuah merk.
- c. Tidak mampu memenuhi permintaan pasar yang tinggi.



Gambar 1 Dokumentasi Bersama Peserta Pelaku UMKM Di Desa Cikuntul

Gambar 1 Dokumentasi hasil Kegiatan Sosialisasi penyuluhan Bersama pelaku UMKM di Balai Desa Cikuntul Dengan Materi Inovasi Digital marketing dan Manajemen Resiko



Gambar 2 Kegiatan Sesi tanya jawab bersama pelaku usaha UMKM Telur Asin

Gambar 2 Merupakan kegiatan sesi tanya jawab setelah pemaparan materi bersama pelaku usaha umkm sirup yang bertanya mengenai cara pendaftaran paltform media sosial sebagai sarana strategi pemasaran digital

Berdasarkan permasalahan tersebut, menemukan beberapa solusi yang dapat diterapkan pada UKM Rangginang dan Telur Asin., diantaranya:

- a. Memberikan pemahaman yang komprehensif tentang pertanyaan pemasaran digital kepada mitra yang dapat meningkatkan pendapatan pasar melalui acara sosial berbasis seminar

digital marketing dengan tema “Inovasi Digital marketing dan Manajemen Resiko” bersama pemilik UMKM Rangginang dan Telur Asin. Pemilik Dapatkan informasi rinci tentang pemasaran digital.

- b. Mengimplementasikan penggunaan media digital untuk keperluan promosi, fotografi produk, dan copywriting yang dapat meningkatkan penjualan pasar. Hal ini dilakukan dengan bekerja sama langsung dengan para pemilik usaha Rangginang dan Telur Asin, menggunakan platform marketplace seperti Shoppe, Lazada dan Tokopedia sebagai sarana promosi. Penggunaan media sosial dilakukan secara bertahap dan menyeluruh, tergantung pada penerimaan pasangan.
- c. Memberi Pemahaman sepenuhnya bagaimana memenuhi permintaan pasar yang tinggi. Hal ini dilakukan dengan memberikan arahan dan penjelasan langsung tentang bagaimana mengatur pemasaran produk, sistem pemesanan dan membuat logo yang cocok untuk diterapkan pada usaha kecil Rangginang dan Telur Asin.

Keberlanjutan program setelah selesainya kegiatan ini bertujuan untuk mendorong masyarakat Desa Cikuntul, Kecamatan Tempuran dalam menerapkan strategi pemasaran secara Digital , terutama di dunia saat ini yang membutuhkan persaingan. Masyarakat umum diharapkan dapat memahami dan mempraktekkan bagaimana memulai bisnis, menjalankan bisnis, memasarkan bisnis, memotivasi wirausaha dan menggunakan media sosial sebagai platform pemasaran digital terutama pada UMKM Di Desa Cikuntul. Hal ini merupakan salah satu kegiatan pengabdian masyarakat oleh mahasiswa KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang Di Desa Cikuntul.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat Di Desa Cikuntul ini sebagai berikut :

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang melalui pengabdian masyarakat dengan Tema “Inovasi Digitalisasi Marketing Menuju Masyarakat Mandiri”, sebagai upaya untuk meningkatkan jangkauan pasar yang luas pada UMKM di desa cikuntul yang dilaksanakan melalui penyuluhan sosialisasi berbasis seminar dengan para pelaku

usaha UMKM terutama dengan pelaku UMKM Rangginang dan Telur Asin. Berdasarkan evaluasi pelaksanaan program penyuluhan sosialisasi berbasis seminar yang dibawakan oleh prodi manajemen dan teknik industri dengan materi “ Inovasi Dan Digitalisasi Marketing dan Manajemen Resiko” Program tersebut tepat dan dapat dilaksanakan dengan lancar di Desa Cikuntul, Kecamatan Tempuran. Masyarakat dapat memahami dan melakukan bagaimana memulai bisnis, menjalankan bisnis, melakukan pemasaran bisnis, memotivasi pengusaha, dan menggunakan media sosial sebagai platform pemasaran digital. Hal ini adalah wujud dari Kuliah Kerja Nyata serta pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang di Desa Cikuntul.

Berdasarkan identifikasi awal, UMKM di Desa Cikuntul diketahui membutuhkan aplikasi untuk pengembangan perusahaan yang bersaing dengan entitas yang menggunakan teknologi. Upaya baru oleh pendatang, situasi UMKM di desa Cikuntul menunjukkan bahwa UMKM masih menggunakan teknologi offline sederhana yaitu pemasaran dari mulut ke mulut dan *door-to-door* untuk pemasaran tanpa bantuan teknologi Faktanya, masih banyak UMKM yang menjalankan kegiatan berdagang dan pemasarannya masih secara tradisional yaitu berkeliling ke sekitar rumah warga atau biasa disebut *door to door*. Untuk itu, kami mengadakan pelatihan kewirausahaan dalam bisnis online, sosialisasi materi, dan penggunaan teknologi dalam pemasaran produk, menggunakan marketplace seperti Shopee, Lazada, dan Tokopedia. Hasil pelatihan ini menunjukkan bahwa para pelaku bisnis UMKM di Desa Cikuntul sangat aktif dalam kegiatan ini, serta memberikan inspirasi, inovasi dan manfaat untuk membuat rencana tindak lanjut menjalankan bisnis online.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Mohamad trio febriyantoro, D. A. (2018). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean*, 5.
- Pradiani, T. (2017). *jurnal.stie.asia.ac.id. Pengaruh sistem Pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan*, 46-53.
- putra, A. (2022). *Strategi Digital Marketing untuk meningkatkan pemasaran UMKM di kelurahan Turi Kota Blitar*, 7-10.
- Rachmawati, F. (2018). PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PRODUK USAHA KECIL DAN MENENGAH ( UKM) PAHLAWAN EKONOMI SURABAYA. *Fitri Rachmawati*, 152.
- Ramusinta, B. D. (2022). *Jurnal Mahasiswa.umsu.ac.id. Digital marketing sebagai strategi komunikasi pemasaran "Coffe Maroan" dalam meningkatkan jumlah konsumen* , 15.
- Robi Sopandi 1, M. L. (2022). *Pengenalan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing Sumber Daya Manusia Kepada Panti Asuhan Anak Yatim Piatu Rumah Harapan*, 7.