

PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK UMKM D'WINOV

Ahmad Rizal Abdullah¹, Rizki Aulia Nanda²

Program studi Manajemen¹, Program studi Teknik Mesin²

Mn21.ahmadabdullah@mhs.ubpkarawang.ac.id1 , rizki.auliananda@ubpkarawang.ac.id2

ABSTRAK

Penerapan strategi pemasaran digital untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam menghadapi era digital yang kompetitif. Fokus utama adalah pemanfaatan platform media sosial, SEO, dan iklan berbayar untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar. Dengan menggunakan pendekatan yang terintegrasi, UMKM dapat memanfaatkan data analitik untuk memahami perilaku konsumen, mengoptimalkan konten, dan mempersonalisasi pengalaman pelanggan. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi biaya pemasaran serta memaksimalkan potensi pertumbuhan UMKM di pasar digital.

Kata Kunci : Penerapan Strategi Pemasaran Digital Untuk UMKM D'winov; Desa Situdam; Kuliah Kerja Nyata (KKN)

ABSTRACT

Implementation of digital marketing strategies for micro, small and medium enterprises (MSMEs) in facing the competitive digital era. The main focus is the utilization of social media platforms, SEO and paid advertising to increase market visibility and reach. By using an integrated approach, MSMEs can utilize analytical data to understand consumer behavior, optimize content, and personalize customer experiences. This strategy aims to increase marketing cost efficiency and maximize the growth potential of MSMEs in the digital market.

Keywords : *Implementation of Digital Marketing Strategy for MSMEs D'winov; Situdam Village; Real Work Lectures (KKN)*

PENDAHULUAN

Di era digital yang terus berkembang, pemasaran digital telah menjadi kunci utama dalam strategi bisnis modern, termasuk bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM, yang sering kali dihadapkan pada tantangan terbatasnya sumber daya dan anggaran, dapat memanfaatkan pemasaran digital sebagai solusi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Penerapan strategi pemasaran digital untuk UMKM tidak hanya menawarkan cara yang lebih hemat biaya dibandingkan metode pemasaran tradisional, tetapi juga memberikan akses ke berbagai alat dan platform yang dapat membantu bisnis menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih tersegmentasi. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan visibilitas mereka secara online, berinteraksi dengan pelanggan secara lebih efektif, dan mengoptimalkan proses pemasaran mereka untuk mencapai hasil yang

lebih baik.

Strategi pemasaran digital melibatkan berbagai pendekatan, mulai dari pemanfaatan media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), hingga email marketing dan iklan digital. Setiap elemen ini dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan spesifik UMKM, memberikan fleksibilitas dan potensi besar untuk pertumbuhan bisnis. Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan strategi pemasaran digital yang tepat menjadi sangat penting bagi UMKM yang ingin bersaing dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif.

METODE PENELITIAN

Tujuan artikel ini adalah untuk memberi gambaran pada para pelaku UMKM lainnya tentang pentingnya strategi pemasaran melalui digital marketing dengan menggunakan metode penelitian deskriptif. Peneliti melakukan analisis yang mengacu pada data relevan dan menggunakan data dari artikel, buku maupun jurnal. Adapun metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berupa dengan menerapkan metode diskusi tentang pentingnya digital marketing, tentang pembuatan konten untuk menarik calon customer, dan bagaimana menerapkan digital marketing serta media-media apa yang digunakan untuk digital marketing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan strategi pemasaran digital untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dapat membantu meningkatkan visibilitas dan penjualan dengan cara yang efisien dan terjangkau. Berikut adalah hasil pembahasan mengenai penerapan strategi pemasaran digital untuk UMKM:

1. Pengenalan Strategi Pemasaran Digital

Pemasaran digital melibatkan penggunaan platform online untuk mempromosikan produk atau layanan. Strategi ini mencakup berbagai elemen seperti media sosial, SEO (Search Engine Optimization), email marketing, dan iklan digital.



Gambar 1. Tanya Jawab Bersama Pemilik UMKM D'winov

2. Pemilihan Platform yang Tepat

UMKM harus memilih platform yang sesuai dengan target pasar mereka:

Media Sosial: Facebook, Instagram, dan TikTok adalah platform yang populer untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Website: Memiliki website yang user-friendly dan responsif penting untuk memberikan informasi produk dan memfasilitasi transaksi.

Marketplaces: Platform seperti Tokopedia, Bukalapak, atau Shopee dapat membantu menjangkau pelanggan yang lebih luas.



Gambar 2. Foto Bersama Pemilik UMKM D'winov

3. Pemasaran Konten

Membuat dan membagikan konten yang relevan dapat membantu menarik perhatian dan membangun hubungan dengan pelanggan. Jenis konten meliputi:

Artikel Blog: Memberikan informasi yang berguna dan mengedukasi audiens.

Video: Memperkenalkan produk, memberikan tutorial, atau berbagi testimoni pelanggan.

Infografis: Menyajikan data atau informasi dengan cara visual yang menarik.



Gambar 3. Tempat Usaha UMKM D'winov

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Penerapan strategi pemasaran digital bagi UMKM menawarkan berbagai keuntungan yang signifikan, termasuk efisiensi biaya, jangkauan pasar yang lebih luas, dan kemampuan untuk menjangkau audiens yang tersegmentasi dengan lebih tepat. Melalui pemanfaatan platform digital seperti media sosial, SEO, email marketing, dan iklan digital, UMKM dapat meningkatkan visibilitas mereka, membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan, dan meningkatkan penjualan.

REKOMENDASI

1. Identifikasi Platform yang Tepat: Pilih platform digital yang paling sesuai dengan target pasar UMKM, seperti media sosial, website, atau marketplaces, dan fokuskan upaya pemasaran di sana.
2. Investasi dalam SEO: Optimalkan website dengan strategi SEO yang baik untuk meningkatkan peringkat di mesin pencari dan menarik lebih banyak lalu lintas organik.
3. Kembangkan Konten Berkualitas: Buat konten yang relevan dan menarik untuk menarik perhatian audiens dan membangun kredibilitas. Ini bisa berupa artikel blog, video, atau infografis.
4. Manfaatkan Email Marketing: Implementasikan kampanye email yang tersegmentasi untuk mengirim penawaran khusus dan informasi relevan kepada pelanggan yang ada serta calon pelanggan.

Dengan mengikuti rekomendasi ini, UMKM dapat memaksimalkan potensi pemasaran digital mereka dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. (Cheren & Haryanto, 2022; MELELO, 2023)

DAFTAR PUSTAKA

- Cheren, C., & Haryanto, H. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing pada UMKM KuroKoci Meow & Woof. *Jurnal Pengabdian Kepada ...*, 485–497. <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/574%0Ahttp://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/download/574/431>
- MELELO, S. S. (2023). DAFTAR PUSTAKA. 5, 1–14. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>