

Pendampingan Pengelolaan Digital Marketing Pengusaha Muslim Korwil Dau Malang

Rizki Febriani¹, Novi Puji Lestari², Uci Yulianti³
Universitas Muhammadiyah Malang^{1,2,3}
novipujilestari61@gmail.com

Abstract

The rapid development of technology encourages market players to be able to follow these developments. There are many advantages that can be obtained from technology development, including helping entrepreneurs or market players to offer all products sold. Market players who can take advantage of it can be individual entrepreneurs or Small and Medium Enterprises. Muslim Entrepreneurs, the Regional Coordinator of Dau Malang, are partners who have quite a large membership, but in terms of technology they have not utilized them optimally, because some entrepreneurs do not understand the function of technology and think the manual method is faster and better. A community service team from the University of Muhammadiyah Malang will provide marketing management assistance for Muslim entrepreneurs under the regional coordinator of Dau. The output of this service is that Muslim entrepreneurs can have their own website to register their business.

Keywords: Digital Marketing; Entrepreneur; Marketing; Moeslem

Abstrak

Perkembangan teknologi yang begitu cepat mendorong para pelaku pasar untuk bisa mengikuti perkembangan itu. Banyak keuntungan yang diperoleh dari adanya pengembangan teknologi diantaranya adalah membantu para pengusaha atau pelaku pasar untuk menawarkan semua produk yang dijual. Pelaku pasar yang bisa memanfaatkan itu bisa pengusaha perorangan maupun Usaha Kecil Menengah. Pengusaha Muslim Koordinator Wilayah Dau Malang merupakan mitra yang mempunyai anggota yang cukup besar, namun dalam hal teknologi mereka belum memanfaatkan secara maksimal, karena memang beberapa pengusaha belum memahami fungsi teknologi dan menganggap cara manual itu lebih cepat dan lebih baik. Tim pengabdian dari Universitas Muhammadiyah Malang akan melakukan pendampingan pengelolaan pemasaran untuk pengusaha muslim di bawah koordinator wilayah Dau. Luaran pengabdian ini adalah pengusaha muslim bisa mempunyai website sendiri untuk mendaftarkan usahanya.

Kata Kunci: Muslim; Pemasaran; Pemasaran Digital; Pengusaha

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dewasa ini memberikan manfaat yang besar untuk dunia perindustrian dan perekonomian. Teknologi yang semakin canggih mampu memberikan kemudahan seseorang dalam menggunakannya, baik untuk kepentingan pribadi maupun kepentingan usahanya. Indonesia sendiri sekarang sedang ramai dibahas terkait pengembangan revolusi industri yang mendekati 5.0. Revolusi industri ini juga harus diimbangi dengan kemampuan sumber daya dalam memanfaatkan teknologi tersebut. (Kusuma & Sugandi, 2019)

Banyak perusahaan yang harusnya bisa memanfaatkan industri di era digital ini yaitu dengan melakukan pemasaran dalam dunia digital, marketplace dan pemasaran melalui website. Pemasaran digital merupakan suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan (Tiago & Veríssimo, 2014). Banyak keuntungan dengan perusahaan melakukan pemasaran digital, salah satu diantaranya adalah bisa meningkatkan volume penjualan. Pemasaran di dunia online itu mempercepat informasi kepada konsumen sehingga hal itu bisa menambah jumlah penjualan suatu produk (Pradiani, 2018).

Tipe pemasaran digital mencakup banyak teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran internet. Dengan adanya ketergantungan pemasaran tanpa internet membuat bidang pemasaran digital menggabungkan elemen utama lainnya seperti ponsel, SMS (pesan teks dikirim melalui ponsel), menampilkan iklan spanduk, dan digital luar. Dalam pemasaran digital juga tetap terjadi interaksi antara produsen dengan konsumen, karena mereka tetap bisa membeli produk dengan komunikasi lewat media sosial maupun lewat internet (Siswanto, 2018).

Usaha kecil dan menengah mempunyai peranan yang besar bagi perekonomian Indonesia, karena dari UMKM mampu memberi lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Kendala yang dihadapi oleh UMKM selama ini salah satunya adalah pemasaran, karena merasa belum punya jaringan yang luas dan minim informasi terkait teknologi (Amelia et al., 2017). Salah satu UMKM yang mempunyai banyak anggota dan mempunyai prospek yang bagus adalah pengusaha muslim korwil Dau Malang. Banyak produk yang dihasilkan oleh pengusaha muslim ini, namun merke belum banyak memanfaatkan teknologi berbasis

informasi ataupun media sosial. Berdasarkan masalah yang dihadapi mitra tersebut, maka kami tim pengabdian Universitas Muhammadiyah Malang akan melakukan pendampingan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi. Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai pemanfaatan *digital marketing* ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman serta dapat menginspirasi pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi internet dan jejaring sosial sebagai alat untuk menjalankan bisnisnya. (Fitriyono & Khuzani, 2014)

Dari data dan observasi yang tim lakukan di lapangan sebelum penyusunan proposal pengabdian ini, tim menemukan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Berikut beberapa permasalahan mitra yang berhasil tim rangkum dalam proposal ini:

- a. Mitra memiliki banyak anggota pengusaha namun belum ada tindak lanjut dibentuknya mitra tersebut sesuai dengan bidang usahanya.
- b. Produk yang dijual mitra bervariasi namun mereka belum menyentuh teknologi dalam pemasaran.
- c. Pelatihan berbasis pemasaran digital dan pengelolannya belum pernah dilakukan sehingga mereka menjual produk selama ini secara manual.

Berdasarkan permasalahan mitra yang sudah dipaparkan di atas maka kami dari Tim Pengabdian Universitas Muhammadiyah Malang, mempunyai beberapa solusi atas permasalahan yang ada diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Membantu dalam hal pendampingan pengelolaan pemasaran berbasis digital atau website
- b. Memberikan pelatihan menggunakan website dalam memasarkan produknya

Memantau setelah kegiatan pengabdian apakah pelatihan bisa memberikan dampak positif bagi usaha mereka atau tidak

MATERI DAN METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian ini berjudul, “**Pendampingan Pengelolaan Digital Marketing Pengusaha Muslim Korwil Dau Malang**” dengan rincian:

1. Survei lokasi kegiatan.
2. Pemahaman dan sosialisasi kepada anggota mitra terkait pentingnya pemasaran digital
3. Pemberian pelatihan terhadap mitra dan tim terkait pemasaran dengan menggunakan media digital bisa menggunakan media sosial ataupun membuat website
4. Pendampingan pasca pelatihan yaitu terkait pendampingan pemasaran melalui pemantauan kegiatan yang sudah dilakukan memiliki dampak positif terhadap penjualan ataukah masih memerlukan evaluasi

Adapun untuk peserta dari kegiatan program pengabdian masyarakat ini adalah anggota komunitas pengusaha muslim Korwil Dau Malang. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan dan pemahaman terhadap mitra tentang bagaimana membuat website dan bagaimana melakukan pemasaran yang baik berbasis online yang sebenarnya sangat mudah dan bisa dilakukan dimana saja. Luaran selanjutnya adalah membuat website untuk mitra pengusaha muslim Korwil Dau .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian ini diawali dengan mengajukan permohonan kerjasama pengabdian kepada mitra. Tim mulai mengajukan permohonan untuk bermitra dengan pengusaha muslim korwil Dau Malang. Pihak mitra menyambut baik proposal kegiatan pengabdian masyarakat yang diajukan oleh tim dan berharap kegiatan ini akan memberikan manfaat kepada anggota mitra khususnya untuk anggota pengusaha muslim terutama dalam hal pengembangan aspek pemasaran.

Pasca pengajuan proposal dan persetujuan kerjasama antara kedua pihak (mitra dan tim pengabdian masyarakat UMM), tim melaksanakan verifikasi awal dengan pihak mitra terkait dengan konsep yang akan dilaksanakan dengan pengusaha muslim yang ada di Korwil Dau Malang serta bagaimana prosedur kegiatan yang akan dilakukan dengan pengusaha muslim tersebut. Rencana kegiatan yang akan dilakukan dan luaran yang diharapkan baik oleh pengabdian dan mitra disampaikan di awal pertemuan.

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, tim pengusul telah melakukan beberapa kali pertemuan sebagai upaya koordinasi dari bagaimana pengimplementasian program di lapangan. Pertemuan pertama dilakukan pada tanggal 10 Desember 2019, tim mengadakan pertemuan singkat dengan ketua komunitas pengusaha muslim , tim pengusul melakukan koordinasi terkait dengan pertemuan pertama antara tim pengusul dengan penanggung jawab pihak kedua. Pertemuan kedua berlanjut pada tanggal 11 Maret 2020 yaitu melaksanakan program yang pertama. Program ini lebih ke arah sosialisasi dan pemahaman kepada anggota

mitra terkait pentingnya pemasaran digital dalam sebuah produk, khususnya adalah produk yang dimiliki oleh masing-masing pengusaha muslim. Pertemuan ini dilakukan 1 hari dengan waktu 3 jam . Adapun foto-foto kegiatan pada pertemuan kedua ini adalah sebagai berikut .

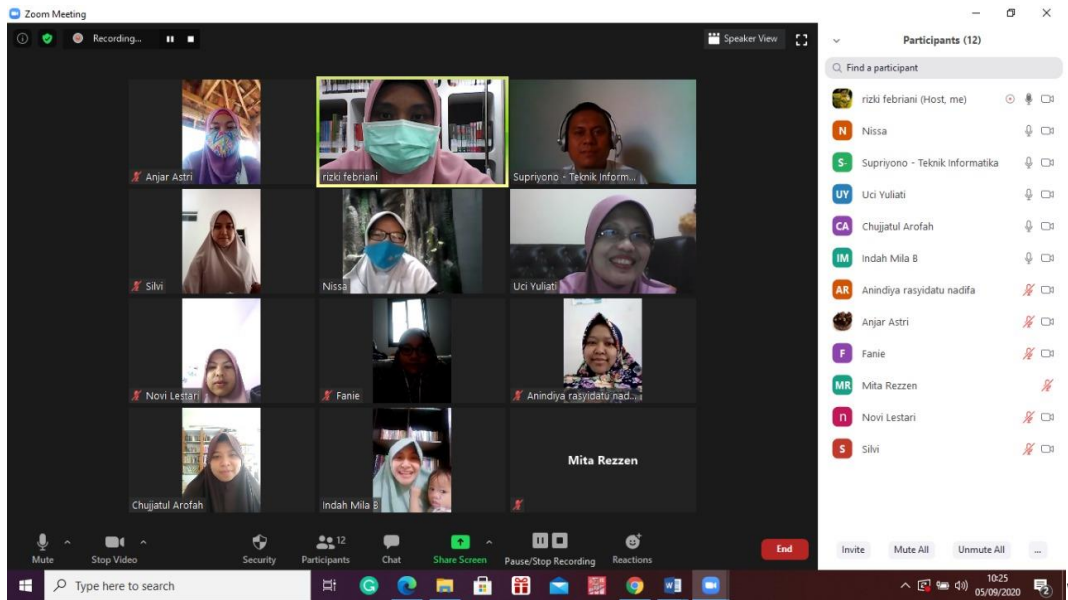


Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi dengan Mitra



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi dengan mitra

Pada kegiatan tersebut tim mitra sangat antusias sekali mendengarkan penjelasan dari pemateri terkait pentingnya pemasaran digital yang baik . Interaksi juga muncul dari peserta untuk bertanya lebih banyak terkait pentingnya pemasaran digital pada masa sekarang ini. Kegiatan pengabdian ini berlanjut dengan program kedua yang dilaksanakan selama 3 kali kunjungan. Program kedua ini lebih fokus pada pemahaman mitra terkait pengelolaan website agar menambah nilai jual yang tinggi pada produk yang dijual oleh pengusaha muslim. Berikut adalah kegiatan zoom meeting yang dilakukan oleh tim karena kendala adanya pandemi covid-19



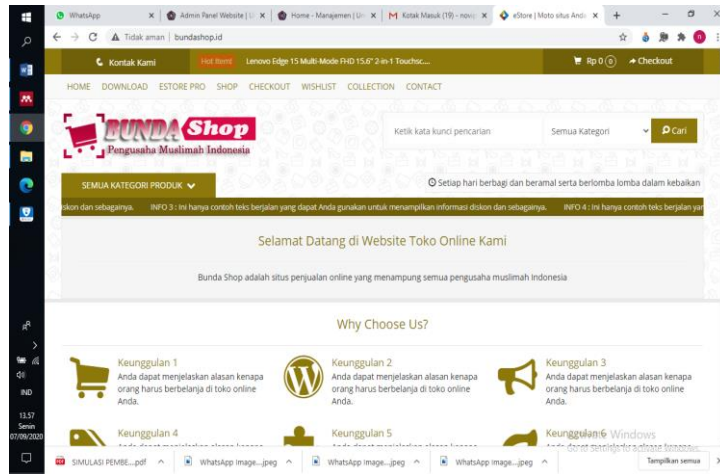
Gambar 3. Pertemuan daring membahas konten web

Hasil dari kegiatan pengabdian ini membuat web dengan nama bundashop.id. Website ini rencananya akan digunakan untuk memposting semua produk pengusaha muslim yang tergabung dalam Komunitas Pengusaha Muslim. Semua anggota nantinya akan dibekali dengan teknis mengelola dan mengupload gambar produk mereka ke dalam website bundashop.id. Pertemuan selanjutnya juga digelar secara daring namun pada pertemuan kali ini yang kami fokuskan adalah pada tim admin bundashop.id yang akan membantu proses upload gambar dan memberikan deskripsi produk yang dijual di website. Berikut adalah gambar ketika melakukan diskusi dengan admin bundashop.id.

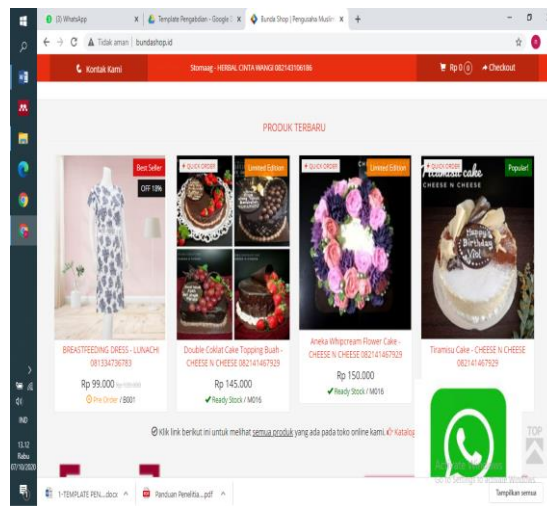


Gambar 4. Pertemuan dengan tim admin bundashop.id

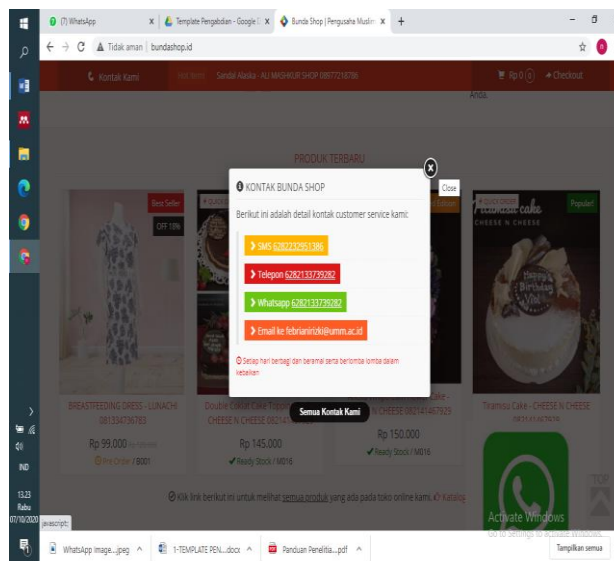
Pada gambar 5 berikut ini adalah tampilan website bundashop.id yang merupakan hasil luaran dari pengabdian kami .



Gambar 5. Tampilan Website bundashop.id



Gambar 6. Tampilan Website bundashop.id (2) setelah perbaikan



Gambar 7. Tampilan Website bundashop.id (3)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Program Pengabdian Kelompok yang dilaksanakan dengan mitra pengusaha muslim Korwil Dau Malang ini secara keseluruhan berjalan dengan baik. Komitmen dari pihak mitra dan antusiasme peserta menunjukkan harapan untuk kelanjutan program ini. Program pengabdian masyarakat ini menekankan pada pemahaman kepada mitra bahwa pemasaran digital untuk saat ini sangat penting karena kemajuan teknologi yang semakin lama bertambah modern. Saran kami untuk kegiatan ini adalah pendampingan masih perlu dilanjutkan dengan lebih menitik beratkan pada pemasaran produk yang telah dibuat, terutama untuk sekarang fokus pada *digital marketing* atau pemasaran *online* yang tidak memerlukan dana besar tetapi memerlukan tim yang bias fokus pada aplikasi online.

Berdasarkan kegiatan Program Pengabdian Kelompok yang telah kami laksanakan, pihak mitra menyambut positif untuk keberlanjutan dari program ini. Maka langkah selanjutnya yang kami lakukan adalah dengan membantu mengembangkan dalam hal aspek pemasaran. Sementara ini yang tim bantu adalah fokus pada pendampingan pemasaran melalui media digital. Rencana kegiatan selanjutnya adalah lebih ke arah teknis pengelolaan website itu sendiri dan bagaimana teknis melakukan upload gambar pada websitenya. Selain itu akan tim bantu ajukan website bundahsop.id ini untuk memperoleh Hak Kekayaan Intelektual sehingga memiliki hak cipta dan bisa dikelola sendiri oleh tim mitra.

REFERENSI

- Amelia, M. N., Prasetyo, Y. E., & Maharani, I. (2017). E-Umkm: Aplikasi Pemasaran Produk Umkm Berbasis Android Sebagai Strategi Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Prosiding SNATIF Ke-4*.
- Fitriyono, D., & Khuzani. (2014). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Produk. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1012560>
- Indrajit, R. E. (2001). Manajemen sistem informasi dan teknologi informasi. *PT Elek Media Komputindo, Jakarta*.
- Khan, F., & Siddiqui, K. (2013). The Importance of Digital Marketing: An Exploratory Study to Find The Perception and Effectiveness of Digital Marketing amongst The Marketing Professionals in Pakistan. *Journal of Information Systems and Operations Management*, 1-8.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Purwana, dedi. (2017). Pemanfaatan *digital marketing* bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) di kelurahan malaka sari, duren sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*. Vol. 1 no. 1.
- Ramdhan, Hendry. (2017). *Startuppreneur, Menjadi Entrepreneur Startup*. Penebar Plus. Jakarta
- Siswanto, T. (2018). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Liquidity*. <https://doi.org/10.32546/lq.v2i1.134>
- Tiago, M. T. P. M. B., & Verissimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother? *Business Horizons*. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.002>