

---

## Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Bagi UMKM di Plosokerep Kota Blitar

### *Utilization of Digital Marketing as an Effort to Increase Sales for MSMEs in Plosokerep, Blitar City*

Lisma Rosmawati<sup>1</sup>, Dewi Deniaty Sholihah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> UPN “Veteran” Jawa Timur, Surabaya,

Email: [20012010326@student.upnjatim.ac.id](mailto:20012010326@student.upnjatim.ac.id)<sup>1</sup>, [dewi\\_deniaty.mni@upnjatim.ac.id](mailto:dewi_deniaty.mni@upnjatim.ac.id)<sup>2</sup>

Korespondensi penulis: [20012010326@student.upnjatim.ac.id](mailto:20012010326@student.upnjatim.ac.id)

---

#### Article History:

Received: 30 Mei 2023

Revised: 25 Juni 2023

Accepted: 10 Juli 2023

**Keywords:** MSME assistance, digital marketing, plosokerep

**Abstract:** : *Plosokerep is one of the sub-districts in Blitar City which has the potential for various MSMEs, especially entrepreneurs and home industries. This business has become the livelihood of the people in Plosokerep Village, Sananwetan District, Blitar City. In Plosokerep District itself, many MSMEs are innovating in opening their businesses but are not maximizing the potential of social media as one of their markets. Fahmi Jaya Kue, namely the use of the brand has not been maximized, even though it has been around for a long time and has received many orders from consumers. Small, medium and micro businesses pay little attention to the use of social media to promote Fahmi Jaya Kue's business, so that Fahmi Jaya Kue's regular customers are few, and product marketing has not expanded. product brand knowledge. Therefore, the people around Blitar City, especially Plosokerep Village, do not yet have many products and brands from small, medium and micro businesses that are known by the village community. All one has to do is create social media, marketplace and website.*

---

#### Abstrak

Plosokerep merupakan salah satu kelurahan Kota Blitar yang memiliki potensi berbagai UMKM, terutama wirausaha dan industri rumah tangga. Usaha ini sudah menjadi mata pencaharian masyarakat di Kelurahan Plosokerep, Kecamatan Sananwetan, Kota Blitar. Di kelurahan Plosokerep sendiri memiliki banyak pelaku UMKM yang berinovasi dalam membuka usahanya namun kurang dalam memaksimalkan potensi dari media sosial sebagai salah satu pasar mereka. Fahmi Jaya Kue adalah penggunaan merek tersebut belum maksimal, padahal sudah lama berdiri dan mendapat banyak pesanan dari konsumen. Usaha kecil, menengah, dan mikro kurang memperhatikan penggunaan media sosial untuk mempromosikan usaha Fahmi Jaya Kue, sehingga pelanggan tetap Fahmi Jaya Kue hanya sedikit, dan pemasaran produk belum tersebar luas. pengetahuan merek produk Oleh karena itu, masyarakat sekitar Kota Blitar, khususnya Kelurahan Plosokerep tidak banyak produk dan merek usaha kecil, menengah dan mikro yang dikenal warga desa. Yang harus dilakukan adalah membuat media sosial, *marketplace* dan situs web.

**Kata Kunci:** Pendampingan UMKM, *Digital marketing*, plosokerep.

## PENDAHULUAN

Pasca pandemi Covid 19, banyak bermunculan peluang untuk beraktivitas melalui media digital, salah satunya digital marketing. Karena akses internet dan perangkat digital memungkinkan pelaku usaha untuk memasarkan produknya secara lebih luas, pelaku usaha dapat menjangkau banyak konsumen tanpa harus membuka outlet atau toko di area pasar yang ingin dimasuki. Plosokerep merupakan salah satu kelurahan Kota Blitar yang memiliki potensi berbagai UMKM, terutama wirausaha dan industri rumah tangga. Usaha ini sudah menjadi mata pencaharian masyarakat di Kelurahan Plosokerep, Kecamatan Sananwetan, Kota Blitar, yang terbagi menjadi 23 RT dan 7 RW. Salah satu daerah yang lebih terdampak adalah UMKM daerah. Di kelurahan Plosokerep sendiri memiliki banyak pelaku UMKM yang berinovasi dalam membuka usahanya namun kurang dalam memaksimalkan potensi dari media sosial sebagai salah satu pasar mereka. *Branding* produk adalah salah satu poin penting agar masyarakat atau konsumen senantiasa selalu mengingat nama ataupun produk UMKM tersebut dalam jangka waktu yang lama. Di sinilah perlu adanya peningkatan dalam *branding* produk UMKM supaya produk dapat dikenal secara luas dan penjualan meningkat.

Hambatan yang dihadapi Fahmi Jaya Kue adalah penggunaan merek tersebut belum maksimal, padahal sudah lama berdiri dan mendapat banyak pesanan dari konsumen. Usaha kecil, menengah, dan mikro kurang memperhatikan penggunaan media sosial untuk mempromosikan usaha Fahmi Jaya Kue, sehingga pelanggan tetap Fahmi Jaya Kue hanya sedikit, dan pemasaran produk belum tersebar luas. pengetahuan merek produk Oleh karena itu, masyarakat sekitar Kota Blitar, khususnya Kelurahan Plosokerep tidak banyak produk dan merek usaha kecil, menengah dan mikro yang dikenal warga desa. Yang harus dilakukan adalah membuat media sosial, *marketplace* dan situs web.

## METODE

Metode yang digunakan pada pelaksanaan kegiatan pendampingan UMKM adalah menggunakan 3 tahapan yaitu:

### 1. Tahap Pendekatan

Pada tahap ini melaksanakan pengenalan dan observasi di kelurahan Plosokerep untuk mendapat UMKM untuk pendampingan. Lalu nantinya akan diputuskan UMKM terpilih untuk kemudian dikembangkan terpililah salah satu UMKM tersebut yakni Fahmi Jaya Kue. Produk Fahmi Jaya Kue telah lama dikenal namun belum banyak menjangkau pasar

luas, walaupun produk dari Fahmi Jaya Kue mempunyai cita rasa enak dan bahan – bahan pilihan kualitasnya.

## 2. Tahap Wawancara

Pada Tahap ini melakukan survei langsung ke rumah atau tempat produksi pelaku UMKM untuk tanya jawab mengenai hal - hal yang ingin diketahui guna mendapatkan informasi. Hal yang ditanyakan ketika wawancara pertanyaan mengenai awal mula berdirinya usaha, target pemasaran, pengemasan produk, apakah UMKM telah mencoba strategi pemasaran dengan *digital marketing* dan apa saja kendala yang dihadapi oleh UMKM tersebut terkhusus dalam hal pemasaran. Wawancara dilakukan supaya mengetahui apa saja kebutuhan dan solusi dari pelaku UMKM sehingga pendampingan dapat sesuai bagi UMKM Fahmi Jaya Kue.

## 3. Pelaksanaan pendampingan

Pada tahap ini kami mulai melakukan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM. Lalu melakukan pelatihan dengan memberi pengetahuan mengenai pentingnya branding, pelatihan cara mendokumentasikan produk yang akan dipasarkan, pelatihan penggunaan media sosial, seperti apa prospek pemasaran melalui media sosial, dan manfaat yang didapat ketika menerapkan digital marketing, serta pelatihan menerima pesanan dan pengiriman barang.

## HASIL

Kegiatan pendampingan dengan memanfaatkan media sosial sebagai strategi pemasaran. Plosokerep merupakan salah satu kelurahan di Kota Blitar yang memiliki beragam potensi industri UMKM kebanyakan yaitu berwirausaha dan *home* industri. Mayoritas masyarakat di kelurahan Plosokerep memiliki usaha rumahan seperti menjual kue kering dan kue basah dengan sistem pre-order dimana konsumen harus jauh – jauh hari memesan produk ketika akan membeli. Sistem pemasarannya tidak jauh dari mulut ke mulut, hasil *review* warga sekitar, dan via *story whatsapp* saja. Pemasaran hanya berada dilingkup kecil sehingga UMKM rentan berkembang lebih lama. Mengetahui hal itu kami mengajak bermitra dengan salah satu pelaku UMKM terpilih yang akan dilakukan pendampingan mengenai *digital marketing* dengan melakukan strategi *branding* ke media sosial.

Awal pendampingan kami melakukan kunjungan ke *home industry* UMKM yang ada di Kelurahan Plosokerep lalu wawancara kepada pelaku UMKM dengan menanyakan bagaimana proses awal pendirian UMKM dan kapan pesanan produk terbanyak yang pernah

diperoleh dulu. Dalam tahap ini kami berharap dapat mendorong pelaku UMKM untuk beroptimis terhadap perkembangan usahanya apa yang pernah diperoleh. Diharapkan pelaku UMKM menemukan langkah-langkah untuk memperoleh kemenangan yang diharapkan sehingga dapat menumbuhkan kembali semangat untuk kembali berjaya.

Hasil wawancara yang didapati oleh dari informan ialah UMKM Fahmi Jaya Kue menjadi potensi lokal dari Kelurahan Plosokerep. Namun demikian, jangkauan pasar dari UMKM Fahmi Jaya Kue masih belum menjangkau pasar luas. Dari sini kami mencoba untuk memetakan agar kelak UMKM Fahmi Jaya Kue milik bu Yuli dapat berkembang ke pangsa pasar yang lebih luas. Selain itu, Kota Blitar memiliki banyak event unjuk kuliner dan promosi produk UMKM sehingga akan memudahkan dalam promosi pemasaran produk. Oleh karena itu, pada kesempatan kegiatan pengabdian ini kami berusaha mencari solusi atas kendala yang dialami oleh UMKM Fahmi Jaya Kue. Setelah melakukan analisis didapat menentukan cara untuk dalam pelaksanaan program pendampingan pemanfaatan media digital sebagai strategi pemasaran untuk UMKM Fahmi Jaya Kue. Langkah – langkah yang akan dilakukan yaitu :

- Pelatihan pengenalan *branding*

Kami akan melakukan pelatihan secara *door to door* dengan cara langsung berkunjung pada UMKM tersebut. Lalu memberikan informasi dan pengetahuan mengenai seberapa pentingnya branding bagi penjualan produk UMKM. Dijelaskan bahwa branding dapat membuat identitas perbedaan dengan produk lainnya UMKM lain dan juga memberikan kekuatan rasa percaya publik tentang produk yang UMKM Fahmi Jaya Kue miliki. Supaya informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik dengan memberikan praktik secara langsung pada UMKM. selain itu, proses dan pembuatan design *banner*. Pembuatan *banner* produk menggunakan aplikasi canva yang nantinya akan secara lisan oleh mahasiswa pada UMKM.

*Banner* yang dibuat nantinya akan mengikuti warna logo dari UMKM Fahmi Jaya Kue. Desain *banner* dibuat semenarik mungkin dengan berbagai elemen – elemen tambahan ditambah foto kue kering dan kue basah hasil produksi Fahmi Jaya Kue sebagai daya tarik *visual*. Informasi alamat dan nomor yang bisa dihubungi untuk pemesan hal ini supaya memudahkan konsumen jika ingin melakukan pemesanan.



**Gambar 1. Banner**

- Pelatihan cara foto produk kue basah dan kue kering Fahmi Jaya Kue

Cara mendokumentasikan foto produk hal ini sama tujuannya dengan mengenalkan branding kepada calon konsumen, nilai estetik menjadi salah satu daya tarik untuk konsumen karena yang pertama kali dilihat oleh calon konsumen yaitu tampilan dari foto produk. Sehingga dengan adanya kegiatan ini berharap adanya pengetahuan dan kemampuan baru untuk pemilik usaha supaya dapat meningkatkan daya jual produknya. Kami mengajarkan cara memotret menggunakan android yang dimiliki oleh pelaku UMKM secara sederhana karena mengingat ketersediaan alat yang dimiliki oleh pemilik usaha serta media yang digunakan. Pelatihan ini menunjukkan pada pelaku UMKM Fahmi Jaya Kue bagaimana cara memotret produk hanya menggunakan *handphone*, walaupun mungkin hasil dari foto tidak seperti foto profesional. Namun demikian, kami juga mengajarkan teknik kecil dalam memotret yakni dengan melihat posisi *angle* yang pas sehingga membawa kesan *fresh* bagi konsumen. Selanjutnya proses menyempurnakan gambar supaya memperindah tampilan foto produk kami mengajarkan bagaimana cara mengedit menggunakan editing manual yang ada di dalam aplikasi kamera di setiap *handphone*. Kami memberikan informasi mengenai pentingnya untuk memperhatikan mengenai pencahayaan pada saat melakukan pengambilan gambar dengan demikian tampilan gambar akan lebih jelas dan setelah itu bisa dilakukan pengaturan cahaya dan temperatur foto agar dapat menghasilkan foto yang diinginkan. Keberhasilan dari pelatihan ini terlihat dari pemilik UMKM yang mampu mengambil gambar produk dengan baik meskipun masih menggunakan menggunakan cara manual dalam mengedit.

Kami melakukan pengambilan gambar untuk memperbarui konten supaya dapat di *posting* di media sosial dan memberikan kesan serta tema *fresh* untuk menarik perhatian konsumen.



**Gambar 2. Foto Produk**

- Membuat Instagram, *Marketplace*, dan *Website*

Tujuan utama dari pendampingan ini ialah bagaimana UMKM Fahmi Jaya Kue dapat berdaya dengan segala asset yang dimiliki. Kami menganggap peluang besar dapat diciptakan dari strategi pemasaran melalui media digital sebab pemasaran *digital* mampu mempengaruhi keputusan pembelian melalui berbagai *platform* yang ada. Selanjutnya kami berencana hendak memperluas jangkauan penjualan yakni dengan mendaftarkan UMKM Fahmi Jaya Kue di salah satu *marketplace* yakni Shopee. Setelah melalui proses desain dengan segala upaya seperti memperbaiki kemasan produk, memperindah tampilan *branding* dengan pelabelan, dan menambah varian rasa, serta belajar teknik memfoto produk maka langkah berikutnya ialah lebih dekat dengan *destiny* yakni memasarkan produk Fahmi Jaya kue di situs belanja *online* agar produk dapat dikenal luas. Kami membuat akun shopee dengan cara buka aplikasi shopee, klik mulai jual, klik tambah produk baru, lengkapi informasi seperti nama produk, harga, stok, variasi, dan lain sebagainya, klik simpan lalu tampilkan.

Selain itu, Pembuatan sosial media yaitu instagram [@fahmijayakue\\_](#) sebagai salah satu media *branding*, ditambahkan konten foto produk dan *copywriting* kedepannya akun instagram akan diserahkan dan dikelola oleh pemilik usaha Fahmi Jaya Kue dengan pendampingan yang telah di lakukan. Tujuannya supaya pemasaran Fahmi Jaya Kue semakin luas menjangkau banyak konsumen.

Yang terakhir adalah pembuatan *website* sebagai salah satu media dalam *branding* di pencaharian google. Hal ini akan memberikan rasa percaya kepada calon konsumen bahwa UMKM Fahmi Jaya Kue memiliki kualitas terbaik dalam penjualan produk kue basah dan kue kering.

- Website



**Gambar 3. Promosi Website UMKM**

- Instagram



**Gambar 4. Akun sosial Media UMKM**

- Shopee



**Gambar 5. Akun Marketplace shopee**

## **DISKUSI**

Kami memberikan pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM yaitu Bu Yuli selaku pemilik usaha Fahmi Jaya Kue dengan memberikan informasi dan pengetahuan mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi *digital marketing* yang telah banyak digunakan oleh pelaku usaha lain untuk mempromosikan produk jualanya. Kegiatan ini bertujuan agar menjadi sarana pembelajaran untuk kedua belah pihak antara mahasiswa KKN-T dengan mitra UMKM Fahmi Jaya Kue dengan serangkaian pengembangan melalui teknologi dari mulai pelatihan *branding*, pembuatan media sosial instagram, pembuatan *marketplace* shopee, dan pembuatan *website*. Tujuannya supaya UMKM Fahmi Jaya Kue dapat lebih menekan biaya promosi dan memasarkan produknya ke pasar yang lebih luas.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dengan *digital marketing* sebagai strategi pemasaran telah dilaksanakan dengan baik. kami berkomitmen untuk memberdayakan properti milik Kelurahan Plosokerep yaitu UMKM Fahmi Jaya Kue untuk mengembangkan daya saingnya dengan menggunakan media digital yaitu Instagram, shopee dan *website* sebagai media pemasaran untuk membantu. Dengan memanfaatkan teknologi digital supaya mendukung pemasaran UMKM. Maka kami melakukan berbagai pelatihan agar berdampak pada pemasaran dengan konten menarik dan menjangkau lebih luas, yaitu pelatihan *branding*, dokumentasi produk, dan pendampingan pembuatan media sosial. Hasil terbaik dalam pemberdayaan UMKM tidak berhenti dengan adanya pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan, namun perlu ada konsistensi dari UMKM dan kemajuan supaya usaha dapat berkembang. Dengan demikian, kami memiliki rekomendasi yang perlu diselesaikan, yaitu perlu adanya peran serta di kelurahan Plosokerep dan juga perangkat desa untuk selalu memberikan dukungan terhadap UMKM agar UMKM dapat maju.

## **PENGAKUAN**

Terima kasih kami ucapkan kepada teman – teman yang telah berkontribusi selama kegiatan KKN-T yang berlangsung di Kelurahan Plosokerep, juga selaku perangkat desa dan warga yang telah mendukung kegiatan ini. Terima kasih kepada mitra UMKM Fahmi Jaya Kue yang bersedia kami bantu dan dampingi.

## DAFTAR REFERENSI

- Nabella, E., Ernanda, K. V., Syahniar, E. N., Olifia, I., Hadinata, M. A., Hariyana, N., & Sholihah, D. D. (2022). Analisis Laporan Keuangan Berbasis Aplikasi Keuangan Digital Pada UMKM Keripik Syaha Kota Blitar. *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Inovasi*, 2(2), 1353-1358.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- 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.
- Sholihah, Dewi Deniaty, and Alfiandi Imam Mawardi. "Strategy analysis of development of traditional herbs SMEs during the covid-19 pandemic in Jember District." *Enrichment: Journal of Management* 12.2 (2022): 1718-1726.