

Pendampingan Digitalisasi Marketing UMKM Fahmi Jaya Kue

Fahmi Jaya Kue UMKM Marketing Digitalization Assistance

Siti Ning Farida¹, Rohma Kusuma Zulianti²

^{1,2}UPN "Veteran" Jawa Timur, Surabaya

Korespondensi penulis : 20042010017@student.upnjatim.ac.id

Article History:

Received: 25 April 2023

Revised: 30 Mei 2023

Accepted: 27 Juni 2023

Keywords: Digitalization, MSMEs, Marketing

***Abstract:** Digitalization has changed the way businesses operate in various sectors, including in marketing. MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) often face challenges in adopting digital technology, especially in terms of marketing. Therefore, this study aims to investigate digital marketing assistance approaches that can help Fahmi Jaya Kue's UMKM in utilizing digital technology to improve their product marketing. This research method involves a qualitative approach by conducting in-depth interviews with the owner of UMKM Fahmi Jaya Kue and direct observation of the ongoing marketing process. The results of the study show that UMKM Fahmi Jaya Kue faces several challenges in implementing digital marketing, including limited knowledge of digital technology, limited human resources, and lack of access to effective digital platforms. To overcome this challenge, a holistic marketing digitalization assistance approach is proposed. This marketing digitalization assistance is expected to provide benefits to Fahmi Jaya Kue's MSMEs in increasing their marketing effectiveness, increasing customer reach, and increasing competitiveness in the digital era. This research can also provide insight for other MSMEs who wish to adopt digital marketing in their businesses.*

Abstrak

Digitalisasi telah mengubah cara bisnis beroperasi di berbagai sektor, termasuk dalam pemasaran. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) sering menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi digital, terutama dalam hal pemasaran. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pendekatan pendampingan digitalisasi marketing yang dapat membantu UMKM Fahmi Jaya Kue dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan pemasaran produk mereka. Metode penelitian ini melibatkan pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam dengan pemilik UMKM Fahmi Jaya Kue dan observasi langsung terhadap proses pemasaran yang sedang berlangsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Fahmi Jaya Kue menghadapi beberapa tantangan dalam menerapkan digitalisasi marketing, termasuk keterbatasan pengetahuan tentang teknologi digital, keterbatasan sumber daya manusia, dan kurangnya akses ke platform digital yang efektif. Untuk mengatasi tantangan ini, pendekatan pendampingan digitalisasi marketing yang holistik diajukan. Pendampingan digitalisasi marketing ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi UMKM Fahmi Jaya Kue dalam meningkatkan efektivitas pemasaran mereka, meningkatkan jangkauan pelanggan, dan meningkatkan daya saing di era digital. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan bagi UMKM lainnya yang ingin mengadopsi digitalisasi marketing dalam usaha mereka.

Kata Kunci: Digitalisasi, UMKM, Marketing

PENDAHULUAN

Pendampingan digitalisasi marketing untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Fahmi Jaya Kue adalah langkah penting dalam mengoptimalkan pemasaran dan penjualan produk mereka menggunakan platform digital. Dalam era yang semakin digital ini, digitalisasi marketing menjadi kunci keberhasilan bagi banyak UMKM dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas merek, dan meningkatkan penjualan. UMKM Fahmi Jaya Kue merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang pembuatan kue kering dan kue basah. Sebagai UMKM, mereka mungkin memiliki keterbatasan sumber daya, pengetahuan, dan akses untuk memanfaatkan potensi penuh dari digitalisasi marketing. Oleh karena itu, pendampingan digitalisasi marketing dapat membantu mereka dalam mengatasi kendala tersebut dan memanfaatkan peluang yang ada.

Pendampingan ini dapat dilakukan oleh pihak yang memiliki keahlian dan pengalaman dalam bidang digital marketing, seperti konsultan pemasaran digital atau agensi pemasaran. Tujuan dari pendampingan ini adalah membantu UMKM Fahmi Jaya Kue untuk:

1. Membangun kehadiran online

Pendampingan akan membantu UMKM Fahmi Jaya Kue untuk membangun dan mengoptimalkan kehadiran mereka di platform online yang relevan, seperti website, media sosial, atau marketplace. Mereka akan diberikan bimbingan dalam membuat konten yang menarik, mengelola akun media sosial, dan meningkatkan visibilitas online mereka.

2. Meningkatkan strategi pemasaran

Pendampingan akan membantu UMKM Fahmi Jaya Kue untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif menggunakan platform digital. Mereka akan diberikan pengetahuan tentang berbagai alat dan teknik pemasaran digital. Pendampingan ini akan membantu mereka untuk menjangkau target pasar yang lebih luas dan memperoleh keuntungan dari digitalisasi marketing.

3. Memahami perilaku pelanggan

Pendampingan akan membantu UMKM Fahmi Jaya Kue untuk memahami perilaku pelanggan mereka melalui analisis data digital. Dengan memanfaatkan data dan analitik digital, mereka dapat mendapatkan wawasan berharga tentang preferensi, kebiasaan, dan kebutuhan pelanggan mereka. Informasi ini dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih terarah dan efektif.

4. Meningkatkan penjualan online

Melalui pendampingan digitalisasi marketing, UMKM Fahmi Jaya Kue dapat memperoleh pengetahuan tentang teknik penjualan online yang efektif. Mereka akan diajarkan cara mengoptimalkan proses pembelian online, mengelola inventaris, mengelola sistem pengiriman, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan melalui layanan pelanggan yang baik.

Pendampingan digitalisasi marketing dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM Fahmi Jaya Kue dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital ini. Dengan bantuan yang tepat, UMKM dapat mengembangkan kehadiran online yang kuat, meningkatkan visibilitas merek, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

METODE

Metode yang digunakan untuk menyelesaikan persoalan UMKM Fahmi Jaya Kue dalam digitalisasi marketing. Dalam pendampingan digitalisasi marketing untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Fahmi Jaya Kue, ada beberapa metode yang dapat diterapkan. Berikut adalah beberapa langkah yang bisa diambil dalam pendampingan digitalisasi marketing UMKM Fahmi Jaya Kue:

1. Melakukan analisis mendalam tentang bisnis Fahmi Jaya Kue, termasuk produk, target pasar, dan pesaing.
2. Menetapkan tujuan yang jelas untuk digitalisasi marketing Fahmi Jaya Kue, seperti meningkatkan visibilitas online, menjangkau pelanggan baru, atau meningkatkan penjualan.
3. Melakukan riset pasar digital untuk memahami perilaku konsumen, tren industri, dan platform online yang relevan untuk UMKM makanan dan minuman.
4. Membuat atau memperbarui identitas merek Fahmi Jaya Kue, termasuk logo, slogan, dan desain visual yang menarik.
5. Membuat situs web resmi Fahmi Jaya Kue yang menarik dan responsif.
6. Memposting produk di media sosial dan e-commerce seperti Instagram, dan Shopee

Dalam melakukan pendampingan digitalisasi marketing UMKM Fahmi Jaya Kue, penting untuk mempertimbangkan kebutuhan bisnis, anggaran, sumber daya yang tersedia, dan target pasar yang ingin dijangkau. Selalu pantau dan evaluasi hasilnya agar dapat melakukan penyesuaian strategi yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

HASIL PEMBAHASAN

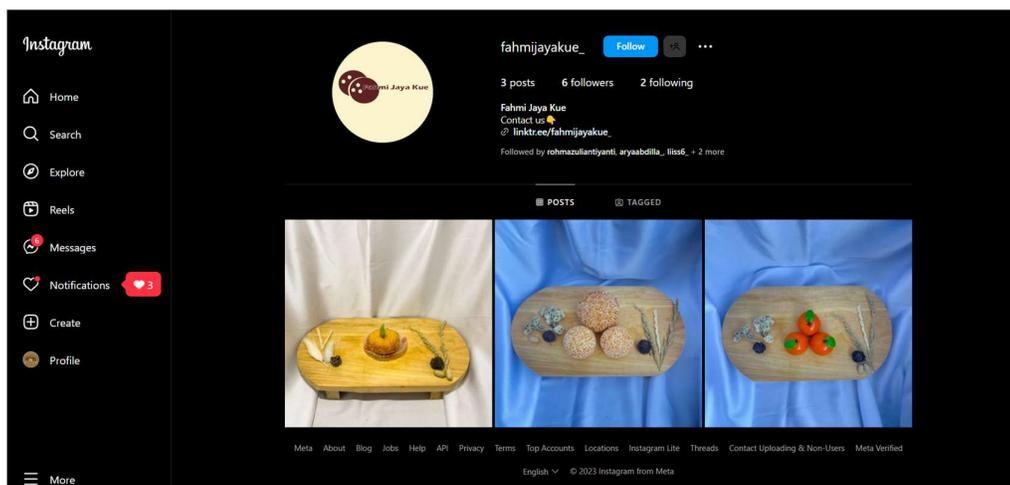
Fahmi Jaya Kue merupakan salah satu UMKM dalam bidang makanan tradisional yang memiliki berbagai macam varian, mulai dari kue kering seperti Nastar, Cookies, Kastengel, Garut, Bola Coklat, dan Lidah Kucing. Lalu untuk kue basah terdapat Bolu Marmer Sosis Solo, Gulung Kacang, Lapis, Donat, dan masih banyak lagi. Fahmi Jaya Kue ini didirikan oleh ibu Yuliana Umi Kristin di wilayah kelurahan Plosokerep.

Usaha Fahmi Jaya Kue berdiri sejak tahun 2005. Berawal dari ingin menambah penghasilan tambahan karena suami Ibu Yuli terkena PHK oleh perusahaan yang selanjutnya bisnis kue ini menjadi penghasilan utama. Adapun kendala yang dialami UMKM Fahmi Jaya Kue yaitu pesanan masih disekitaran warga wilayah kelurahan setempat dan pemasaran belum terlalu luas sehingga membuat pendapatan usaha belum menentu. Dalam membangun usaha dan produknya supaya lebih berkembang Fahmi Jaya Kue ingin mengembangkan pemasaran dan penjualannya dengan memanfaatkan digital marketing supaya UMKM Fahmi Jaya Kue dan produknya semakin dikenal secara luas oleh masyarakat.

Penulis melakukan pendampingan dengan persetujuan dari pemilik usaha yaitu Ibu Yuli untuk memajukan usahanya. Setelah melakukan analisis tanya jawab dan observasi pada Fahmi Jaya Kue maka pendampingan yang dibutuhkan dan telah dilaksanakan penulis, antara lain :

1. Membuat Akun Instagram

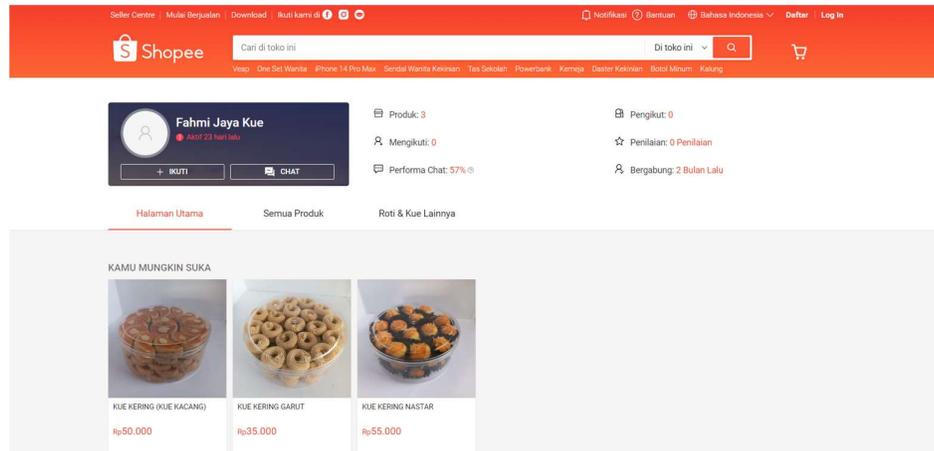
Penulis membantu dan mengelola akun Instagram Fahmi Jaya Kue ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan, serta memperkenalkan merek tersebut kepada lebih banyak orang, memposting gambar dan konten yang menarik. Memperluas target pasar untuk menjangkau calon pelanggan di berbagai lokasi.



Gambar 1 Pembuatan Akun Instagram Fahmi Jaya Kue

2. Membuat dan mengelola akun Shopee

Membantu dan mengelola akun Shopee dengan cara memberikan pemahaman mengenai fitur-fitur yang tersedia di platform Shopee, mulai dari memposting produk yang akan dijual, memilih jasa pengiriman yang akan digunakan hingga melakukan pengemasan dan menerima pesanan. Selain itu penulis membantu merapikan tampilan produk yang dijual supaya lebih menarik perhatian pelanggan.



Gambar 2 Pembuatan Akun Shopee Fahmi Jaya Kue

3. Membuat Webiste

Memnuat website dan mengelola website yang mana di dalamnya terdapat informasi mengenai deskripsi, alamat, dan foto produk yang bisa dilihat dihalaman website. Tujuan pembuatan website tersebut untuk meningkatkan kehadiran online, untuk mempromosikan produk Fahmi Jaya Kue lebih efektif, memperluas jangkauan pasar, dan memberikan kemudahan komunikasi antara Fahmi Jaya Kue dengan pelanggan.



Gambar 3 Pembuatan Website Fahmi Jaya Kue

4. Membuat Katalog

Pembuatan katalog Fahmi Jaya Kue dengan tampilan desain yang menarik dan foto produk yang telah dilakukan bertujuan untuk menarik pelanggan. Selain itu pelanggan dapat lebih mudah mengetahui menu apa saja yang tersedia dan dapat melihat harga produk tersebut dengan jelas dan mudah. Katalog ini akan di cetak untuk media promosi UMKM Fahmi Jaya Kue untuk pemasaran produk.



Gambar 4 Pembuatan Katalog Fahmi Jaya Kue

KESIMPULAN

Pendampingan digitalisasi marketing UMKM Fahmi Jaya Kue adalah bahwa dengan adopsi strategi pemasaran digital, UMKM tersebut dapat meningkatkan kehadirannya secara online, mencapai target pasar yang lebih luas, dan meningkatkan penjualan produknya. Dengan digitalisasi marketing, Fahmi Jaya Kue dapat membangun kehadiran mereka di platform online seperti website, media sosial, dan marketplace. Hal ini akan membantu UMKM tersebut untuk lebih dikenal oleh calon pelanggan yang menggunakan platform tersebut. Digitalisasi marketing dapat membantu UMKM untuk memperkuat branding mereka. Fahmi Jaya Kue dapat memanfaatkan media sosial dan website mereka untuk menampilkan produk dengan desain yang menarik, mengunggah foto-foto kue yang menggugah selera, dan berbagi cerita atau testimoni pelanggan yang puas. Dengan demikian, mereka dapat membangun citra merek yang kuat dan membedakan diri dari pesaing. Dengan mengoptimalkan website mereka, mengiklankan produk melalui media sosial, dan menjalin kerjasama dengan marketplace, UMKM tersebut dapat menjangkau lebih banyak calon pelanggan dan memperluas basis pelanggan mereka. Ini akan berpotensi meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan bisnis.

Pendampingan digitalisasi marketing memberikan peluang besar bagi UMKM Fahmi Jaya Kue untuk mengembangkan bisnis mereka.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Saya selaku penulis jurnal pengabdian masyarakat ini ingin mengucapkan terimakasih kepada para pelaku UMKM yang kami damping yaitu UMKM Fahmi Jaya Kue, karena telah menerima penulis dengan baik dan penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si karena selalu memberikan support dan bimbingan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan jurnal pengabdian masyarakat ini. Selain itu, Ibu Siti juga yang selalu memberikan saran dan masukan sehingga jurnal yang berjudul “Pendampingan Digitalisasi Marketing UMKM Fahmi Jaya Kue” dapat ditulis dengan baik dan benar.

DAFTAR REFERENSI

- Annisa Rismawati, D., & Saptu Yuniarto, A. (2022). Pendampingan Digital Marketing Melalui Platform Media Sosial Pada Km Aluminium Sorosutan Yogyakarta. *MARTABE : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(10), 3707–3714.
- Kamil, I., Bakri, A. A., Salingkat, S., Ardenny, A., Tahirs, J. P., & Alfiana, A. (2022). Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E-Commerce. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 517–526.
- Lodwyk, F., Riwoe, R., Mulyana, M., Sarah, S., Ruth, A., & Ledo, E. W. (2022). Pendampingan Penggunaan Social Media Marketing Bagi UMKM Kota Bogor. *Abdimas Dedikasi*, 3(1), 23–32. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v3i1.1389>
- Maydiantoro, A., Jaya, M. T. B. S., Hestiningtyas, W., & Rahmawati, R. (2021). Pendampingan UMKM Menuju Digitalisasi Marketing Upaya Kebangkitan di Era New Normal. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (Pkm)*, 4(6), 1530–1539. <https://doi.org/10.33024/jkpm.v4i6.5293>
- Wibowo, A., Dianta, K., Effendi, M. S., Kuncoro, H., Saptono, A., & Mukthar, S. (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Pemasaran Umkm Berbasis Digital Di Desa Cisaat. *D'edukasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 16–25. <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/dedukasi/article/view/12968>