



Sosialisasi Digital Marketing Terhadap UMKM Promo Fostle Dan Babershop Do'a Ibu Di Kabupaten Sleman

Digital Marketing Socialization Towards Msme Fostle And Babershop Promo Mother's Prayers In Sleman District

Yohanes Dela Salle Batesa Leu¹, Hasim As'ari²

^{1,2} Universitas Mercubuana Yogyakarta

Email: yolanleu179@gmail.com¹, hasimmercubuana@gmail.com²

Korespondensi penulis: yolanleu179@gmail.com

Article History:

Received: 30 September 2023

Revised: 30 Oktober 2023

Accepted: 23 November 2023

Keywords: Digital Marketing Socialization, MSMEs, Fostle Promo, Babershop Do'a Ibu

Abstract: This article discusses the results and discussion of the digital marketing socialization program applied to MSME Promo Fostle and Babershop Do'a Ibu in Sleman Regency. Results from the program include increased online presence, increased sales, and changes in the way these businesses utilize digital strategies. A discussion of implications and recommendations will also be discussed. The results achieved show that digital marketing has a significant positive impact on MSMEs. This success can be attributed to training, ongoing support and strong collaboration. Although MSMEs face challenges such as limited resources and adapting to change, these efforts provide valuable guidance for other MSMEs looking to utilize digital marketing. With a commitment to innovation and continued digital marketing practices, MSMEs can compete and develop in an increasingly digitally connected business world. The success of Promo Fostle and Babershop Do'a Ibu MSMEs is an inspiring example for other MSMEs to pursue a similar journey towards more effective digital marketing and sustainable business growth.

Abstrak

Artikel ini membahas hasil dan pembahasan dari program sosialisasi digital marketing yang diterapkan pada UMKM Promo Fostle dan Babershop Do'a Ibu di Kabupaten Sleman. Hasil dari program ini mencakup peningkatan kehadiran online, peningkatan penjualan, dan perubahan dalam cara bisnis ini memanfaatkan strategi digital. Pembahasan mengenai implikasi dan rekomendasi juga akan dibahas. Hasil yang dicapai menunjukkan bahwa pemasaran digital memiliki dampak positif yang signifikan pada UMKM. Kesuksesan ini dapat diatribusikan pada pelatihan, dukungan berkelanjutan, dan kolaborasi yang kuat. Meskipun UMKM menghadapi tantangan seperti sumber daya terbatas dan adaptasi terhadap perubahan, upaya ini memberikan panduan berharga bagi UMKM lainnya yang ingin memanfaatkan pemasaran digital. Dengan komitmen untuk berinovasi dan melanjutkan praktik pemasaran digital, UMKM dapat bersaing dan berkembang dalam dunia bisnis yang semakin terhubung secara digital. Kesuksesan UMKM Promo Fostle dan Babershop Do'a Ibu adalah contoh inspiratif bagi UMKM lainnya untuk mengejar perjalanan serupa menuju pemasaran digital yang lebih efektif dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Sosialisasi Digital Marketing, UMKM, Promo Fostle, Babershop Do'a Ibu .

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, kemampuan untuk memanfaatkan teknologi dan platform online adalah faktor kunci dalam kesuksesan bisnis, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu cara yang efektif untuk mengembangkan dan mempromosikan UMKM adalah melalui pelatihan digital marketing. Dalam konteks ini, artikel ini akan

* Yohanes Dela Salle Batesa Leu, yolanleu179@gmail.com

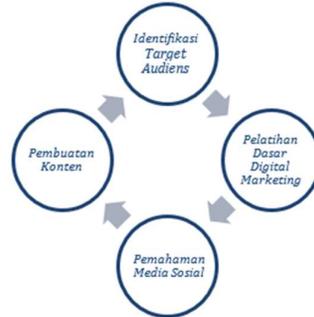
membahas sosialisasi digital marketing terhadap UMKM Promo Fostel dan juga Babershop Do'a Ibu untuk mendukung pertumbuhan UMKM. UMKM adalah tulang punggung ekonomi di banyak negara, menyumbang lapangan pekerjaan dan kontribusi ekonomi yang signifikan. Namun, seringkali UMKM memiliki keterbatasan sumber daya dan akses terhadap pasar yang lebih luas. Inilah mengapa sosialisasi digital marketing sangat penting (Devi Maulidasari & Setiyana, 2020).

Berikut adalah beberapa alasan mengapa UMKM harus memperhatikan digital marketing. Sosialisasi digital marketing yang ditawarkan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Promo Fostel dan juga Babershop Do'a Ibu memiliki latar belakang yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di era digital. Berikut adalah beberapa alasan mengapa sosialisasi ini menjadi relevan dan penting adalah UMKM saat ini berada dalam proses transformasi digital yang mengubah cara mereka beroperasi. Semakin banyak UMKM yang beralih ke platform online untuk berinteraksi dengan pelanggan, menjual produk, dan mempromosikan bisnis mereka (Rizal dkk., 2021). Analisis digital marketing membantu UMKM memahami efektivitas upaya mereka di dunia digital ini. Selain itu juga platform digital seperti Google, Facebook, Tik-tok dan Instagram terus mengubah perkembangan mereka. Memahami bagaimana platform digital ini beroperasi dan bagaimana mereka memengaruhi visibilitas konten dan iklan sangat penting untuk kesuksesan dalam pemasaran. Sosialisasi ini memberikan dukungan nyata bagi perkembangan bisnis UMKM. Dengan memahami konsep analisis digital, UMKM dapat membuat keputusan yang lebih baik, mengoptimalkan strategi pemasaran, dan akhirnya mencapai pertumbuhan yang lebih besar (Sumadi, 2023).

Adapun tujuan dari kegiatan sosialisasi ini, antara lain: Dapat mengembangkan mental serta eksistensi kerja yang telah diperoleh selama proses perkuliahan, sebagai salah satu syarat penting untuk mendapatkan gelar Strata satu di Universitas dan mengetahui secara lebih spesifik ritme permasalahan yang umum terjadi dalam dunia kerja khususnya bagian digital marketing serta bagaimana cara mengatasinya, juga menambah wawasan, pengalaman serta pandangan mengenai pemasaran terutama pada era modern saat ini. Adapun manfaat dari kegiatan sosialisasi ini, antara lain: sebagai sarana untuk mengimplementasikan teori perkuliahan secara lebih tepat, dan sarana untuk menambah dimensi wawasan dan pengalaman pada bagian digital marketing.

METODE

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Kabupaten Sleman, Yogyakarta, tidak terkecuali. Untuk membantu UMKM di wilayah ini memanfaatkan potensi digital dalam upaya peningkatan bisnis mereka, kegiatan sosialisasi digital marketing telah diimplementasikan kepada UMKM Promo Fostle dan Barbershop Do'a Ibu. Kegiatan sosialisasi digital marketing kepada UMKM Promo Fostle dan Barbershop Do'a Ibu di Kabupaten Sleman dapat menjadi langkah yang baik untuk membantu mereka meningkatkan kehadiran online mereka dan mendapatkan lebih banyak pelanggan. Metode kegiatan sosialisai yang dilakukan terhadap UMKM Promo Fostle dan Babershop Do'a Ibu ini adalah dalam bentuk pendampingan, diskusi dan juga praktik. Berikut ini diagram tahapan kegiatan yang dilakukan yang disajikan dalam gambar 1 adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

Seperti yang tertera dalam gambar 1 dapat dijelaskan bahwa tahapan kegiatan yang dilakukan dalam sosialisasi terhadap UMKM Promo Fostel dan Babershop Do'a Ibu adalah sebagai berikut :

1. Identifikasi Target Audiens

Pertama-tama, dilakukan identifikasi target audiens yang terdiri dari pemilik UMKM, dengan fokus pada UMKM Promo Fostle dan Barbershop Do'a Ibu. Dalam proses ini, diperhatikan preferensi audiens, usia, jenis kelamin, dan preferensi online mereka.

2. Pelatihan Dasar Digital Marketing

Pemilik UMKM diundang untuk mengikuti pelatihan dasar digital marketing. Pelatihan ini mencakup konsep dasar digital marketing, penggunaan media sosial, optimisasi pemilik UMKM, dan alat digital marketing yang dapat membantu dalam promosi bisnis.

3. Pemahaman Media Sosial

Dalam tahap ini, pemilik UMKM diajarkan bagaimana mengelola akun media sosial mereka, membuat konten yang menarik, dan berinteraksi dengan pelanggan melalui platform tersebut. Strategi konten dan jadwal posting dibahas secara rinci.

4. Pembuatan Konten

Pemilik UMKM didorong untuk menciptakan konten yang relevan dan menarik, seperti gambar, video, dan posting blog yang sesuai dengan produk dan jasa mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing terhadap Usaha Mikro, kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman – DIY ini telah dilaksanakan pada hari senin, 23 Oktober yang bertempat di usaha Promo fostle dan Barbershop Do’a Ibu. Dalam sosialisasi yang dilakukan, penulis langsung menjadi narasumber.

Sasaran kegiatan sosialisasi ini adalah para pelaku UMKM khususnya pelaku UMKM Promo Fostle dan Babershop Do’a Ibu yang ada di kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Dengan menetapkan sasaran kegiatan sosialisasi tersebut, penulis berharap dapat mengedukasi para pelaku usaha tentang manfaat media social dan pemasaran digital dalam membantu mereka mengembangkan usahanya. Dalam undang-undang 20 Tahun 2008 yang menyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan. Dalam tabel 1 dibawa ini menampilkan persyaratan UMKM sesuai undang-undang diatas yaitu:

Tabel. 1 Persyaratan UMKM Menurut UU No.20 Tahun 2008

No	Uraian	Aset	Omzet
1	Usaha Mikro	Max 30 Juta	Max 300 Juta
2	Usaha Kecil	>50 Jt – 500 Jt	>300 Jt – 2,5 M
3	Usaha Menengah	>500 Jt – 10 M	>2,5 M – 50 M

Sumber : Kuncoro, 2010

Derajat pemanfaatan teknologi informasi oleh pelaku UMKM khususnya UMKM Promo Fostle dan Barbershop Do’a Ibu ini ditetapkan masih pada tahap fundamental yaitu mengenal dan mengoperasikan, berdasarkan observasi yang dilakukan terhadap pelaku UMKM di tempat sosialisasi. Kenyataannya juga para pelaku UMKM ini meskipun sudah sedikit memihami akan tetapi masih belum bisa mengoptimalkan bagaimana proses pemasaran digital dan juga mengelola operasionalnya. Sedangkan di bidang komersial, kemampuan perusahaan untuk maju sangat bergantung pada penjualan produknya. Penulis dalam kegiatan sosialisasi ini menjelaskan pentingnya pemasaran digital bagi kemajuan perusahaan modern.

Gagasan pemasaran digital telah mengubah metode promosi tradisional satu arah menjadi koneksi dua arah. Dari sudut pandang konsumen, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi akan menghasilkan sejumlah keuntungan, seperti pengurangan biaya, penyederhanaan penemuan produk, peningkatan produktivitas, dan lain sebagainya. Selain itu, persaingan antar entitas komersial akan mendorong pengembangan pasar dan peningkatan variasi produk.

Hasil yang dicapai dari kegiatan sosialisasi digital marketing pada UMKM Promo Fostle dan Barbershop Do'a Ibu menunjukkan bahwa pemanfaatan strategi digital marketing memiliki dampak positif pada bisnis mereka meskipun belum secara signifikan. Kehadiran online yang ditingkatkan telah membantu mereka untuk lebih terlihat oleh calon pelanggan dan meningkatkan kesadaran merek. Selain itu, peningkatan penjualan adalah indikasi bahwa pendekatan ini dapat mendorong pertumbuhan bisnis UMKM.

Penting untuk melanjutkan dukungan dan pelatihan kepada UMKM ini agar mereka dapat terus memanfaatkan potensi digital marketing dengan lebih baik. Kolaborasi antara UMKM juga dapat menjadi kunci dalam memperluas jangkauan online mereka. Melalui kerjasama, mereka dapat saling mendukung dan mempromosikan produk dan layanan lokal. Selain itu, perlu dipertimbangkan untuk melibatkan pemangku kepentingan lain seperti pemerintah setempat, lembaga pendidikan, atau asosiasi bisnis dalam upaya ini. Dukungan dari berbagai pihak dapat memberikan sumber daya tambahan dan memperkuat dampak sosialisasi digital marketing. Sosialisasi digital marketing telah membantu UMKM Promo Fostle dan Barbershop Do'a Ibu untuk menghadapi tantangan dalam era digital dan menjadi contoh sukses bagaimana inisiatif serupa dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Ini adalah langkah positif dalam memajukan UMKM di Kabupaten Sleman dan wilayah sekitarnya dalam era digital yang terus berkembang.

Kesuksesan sosialisasi digital marketing pada UMKM Promo Fostle dan Barbershop Do'a Ibu dapat diatribusikan pada beberapa faktor penting. Pertama, pelatihan yang diselenggarakan memberikan pemilik UMKM pemahaman yang kuat tentang strategi digital marketing dan alat-alat yang dapat mereka manfaatkan. Mereka mendapatkan pengetahuan dasar dalam mengelola situs web, media sosial, SEO lokal, dan penggunaan alat digital marketing yang relevan. Selain itu, dukungan berkelanjutan yang diberikan setelah pelatihan juga membantu mereka mengatasi tantangan dan mengimplementasikan strategi digital marketing dengan lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa untuk mencapai keberhasilan dalam pemasaran digital, pendekatan holistik yang mencakup pendidikan dan dukungan jangka panjang sangat penting.

Meskipun telah mencapai hasil yang positif, UMKM Promo Fostle dan Babershop Do'a Ibu juga menghadapi beberapa tantangan selama proses sosialisasi digital marketing. Salah satu tantangan utama adalah sumber daya terbatas. UMKM tersebut memiliki anggaran yang terbatas dan keterbatasan waktu dalam melaksanakan strategi digital marketing. Ini mengharuskan mereka untuk menjadi lebih kreatif dalam mengoptimalkan sumber daya yang tersedia. Tantangan lainnya adalah adaptasi terhadap perubahan. Penerapan strategi digital marketing mengharuskan perubahan dalam cara mereka menjalankan bisnis. Mereka harus memprioritaskan kehadiran online dan meluangkan waktu untuk membuat dan mempublikasikan konten digital. Adopsi teknologi dan alat digital juga dapat menjadi kurva belajar yang curam.

Oleh sebab itu UMKM perlu memahami bahwa pemasaran digital bukan hanya sekadar tren, tetapi telah menjadi kebutuhan yang mendesak dalam berbisnis di era digital. Mereka harus siap untuk berinvestasi dalam pembelajaran dan pengembangan keterampilan digital mereka. Selain itu, kolaborasi dengan UMKM lainnya atau pemangku kepentingan terkait dapat memperkuat posisi mereka dalam pasar digital yang semakin kompetitif. Berdasarkan hasil dan pembahasan, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diambil:

- Pendekatan Terpadu: UMKM sebaiknya mengadopsi pendekatan terpadu dalam strategi pemasaran digital. Ini mencakup pelatihan, dukungan berkelanjutan, dan kolaborasi antar UMKM.
- Dukungan Pemerintah: Pemerintah setempat dapat memainkan peran penting dalam mendukung UMKM dalam mengadopsi pemasaran digital. Ini dapat mencakup penyediaan sumber daya, program pelatihan, dan insentif untuk mendorong UMKM berpartisipasi.
- Kontinuitas dan Inovasi: UMKM perlu berkomitmen untuk melanjutkan praktik pemasaran digital yang telah mereka pelajari dan terus mencari cara untuk berinovasi dalam upaya mereka.



Gambar 2. Sosialisasi terhadap pelaku UMKM Promo Fostle



Gambar 3. Pengenalan terhadap produk-produk yang akan dipasarkan



Gambar 4. Sesi terakhir foto Bersama pelaku UMKM Barbershop Do'a Ibu

KESIMPULAN

Sosialisasi digital marketing pada UMKM Promo Fostle dan Barbershop Do'a Ibu di Kabupaten Sleman telah memberikan hasil yang positif dan memberikan pelajaran berharga. Peningkatan kehadiran online, peningkatan penjualan, dan perubahan dalam strategi pemasaran adalah bukti bahwa pemasaran digital dapat memberikan dampak yang signifikan pada UMKM.

Untuk mencapai keberhasilan dalam pemasaran digital, pendekatan holistik yang mencakup pelatihan, dukungan berkelanjutan, dan kolaborasi adalah kunci. Meskipun ada tantangan, UMKM yang siap berinvestasi dalam pengembangan keterampilan digital mereka dan berinovasi dalam strategi pemasaran mereka dapat bersaing dan berkembang dalam dunia bisnis yang semakin terhubung secara digital. Kolaborasi dan penguatan merek lokal juga dapat menjadi langkah-langkah strategis untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan terus berinvestasi dalam penguasaan digital marketing, UMKM di Kabupaten Sleman dan wilayah sekitarnya dapat menghadapi masa depan yang lebih cerah dalam dunia bisnis yang semakin terhubung secara digital.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terimakasih kepada pelaku UMKM Promo Fostle mas Joan dan UMKM Barbershop Do'a Ibu mas Gaul yang sudah menyediakan waktu dan tempat untuk kegiatan

sosialisasi ini. Ucapan terimakasih juga kepada pihak-pihak yang secara langsung atau tidak langsung telah mendukung dan mensukseskan kegiatan sosialisasi Digital Marketing Terhadap Pelaku UMKM.

DAFTAR REFERENSI

- Devi Maulidasari, C., & Setiyana, R. (2020). Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah(UMKM). *Darma Bakti Teuku Umar darmabakti@utu.ac.id*, 2(1).
- Rizal, M., Laila, A. N., Ali, N., Rohmah, N., Maula, M. H. N., & Waasih, R. (2021). Sosialisasi Digital Marketing bagi Pelaku UMKM di Desa. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 2(4), 287. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v2i4.13569>
- Scholarworks, S., Renee, N., & Smith, W. (t.t.). Effective Digital Marketing Strategies for Small Businesses in the Effective Digital Marketing Strategies for Small Businesses in the Caribbean Caribbean. <https://scholarworks.waldenu.edu/dissertations>
- Sumadi, B. S. H. E. F. T. A. T. (2023). PENGABDIAN MASYARAKAT SOSIALISASI PENTINGNYA PEMASARAN DIGITAL DAN PROTOKOL KESEHATAN PADA PELAKU UMKM DI DESA TRUCUK KLATEN. *Jurnal BUDIMAS*, 05, 1–6.