

OPTIMALISASI STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM BRILIAN SHOP (Studi Kasus: Di Desa Tumpak Pelem Ponorogo)

¹Azzam Muahammad Al-Fatih, ²Syahdani Salsabila, ³Mochammad Harun Rosyid,
⁴Fadur Rahman Dani, ⁵Muhammad Zarkasih, ⁶Muhammad Ulil Basha'ir Al Asrori,
⁷Muhammad Irfan K, ⁸Rayhan Muhammad Rizqi, ⁹Abdullah Ibnu Abbas, ¹⁰Faiz
Fauzani

¹Studi Agama-Agama, ²Hubungan Internasional, ^{3,9}Aqidah dan Filsafat Islam, ^{4,6}Perbandingan Madzhab,
⁵Teknik Informatika, ⁷Ekonomi Islam, ⁸Ilmu Qur'an dan Tafsir, ¹⁰Hukum Ekonomi Syariah, Universitas
Darussalam Gontor

Email : harunrosyid731@gmail.com

Abstrak

Artikel ini membahas tentang upaya optimalisasi strategi digital marketing untuk meningkatkan penjualan UMKM Brilian Shop di Desa Tumpakpelem, Kabupaten Ponorogo. UMKM Brilian Shop memproduksi tas anyaman plastik dan menghadapi masalah kurangnya pengenalan produk di kalangan masyarakat luar desa. Oleh karena itu, langkah-langkah yang diambil adalah pembuatan profil produk melalui media sosial, seperti akun Instagram dan website, untuk memperluas jangkauan pemasaran. Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM melalui strategi digital marketing dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan. UMKM Brilian Shop setelah menggunakan media sosial dan marketplace untuk mempublikasikan produknya, serta memanfaatkan kemampuan anggota kelompok dalam mengelola akun-akun tersebut. Dalam era digital, digitalisasi UMKM menjadi penting karena dapat memberikan peluang untuk meningkatkan pendapatan dan bertahan di tengah persaingan bisnis. Namun, perlu diingat bahwa UMKM juga rentan terhadap perubahan lingkungan bisnis yang terus-menerus berubah. Digitalisasi produk UMKM melalui platform online, seperti Instagram dan website, dapat memperluas jangkauan pemasaran dan menjangkau konsumen di luar Desa Tumpakpelem. Terutama sejak masa pandemi Covid-19, digitalisasi menjadi lebih relevan karena banyak UMKM yang mengalami penurunan penjualan. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan SDM UMKM dalam bidang internet dan marketing online.

Kata kunci: UMKM, digital marketing, Desa Tumpakpelem, strategi pemasaran, digitalisasi, media sosial.

Abstract

This article discusses efforts to optimize digital marketing strategies to increase sales for Brilian Shop, a micro, small, and medium enterprise (MSME) located in Tumpakpelem Village, Ponorogo Regency. Brilian Shop specializes in producing woven plastic bags and faces the challenge of limited product recognition among communities outside the village. Therefore, the steps taken include creating product profiles through social media platforms such as Instagram and a website to expand marketing reach. The results of these activities indicate that digitalization of MSMEs through digital marketing strategies can have a positive impact on sales growth. Brilian Shop experienced increased sales after utilizing social media and online marketplaces to promote their products, leveraging the skills of their group members to manage these accounts. In the digital era, the digitalization of MSMEs is crucial as it provides opportunities to increase income and survive amidst business competition. However, it is important to note that MSMEs are also vulnerable to constantly changing business environments. The digitalization of MSME products through online platforms like Instagram and websites can broaden marketing reach and target consumers beyond Tumpakpelem Village. This is particularly relevant since the Covid-19 pandemic, as many MSMEs have experienced a decline in sales. Therefore, there is a need to enhance the knowledge and skills of MSME personnel in internet and online marketing.

Keyword: UMKM, digital marketing, Tumpakpelem Village, marketing strategy, digitization, social media.

Copyright © 2023 Multidisiplin Pengabdian Kepada Masyarakat All rights reserved is Licensed under a
Creative Commons Attribution- NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0)

1. Pendahuluan

Desa Tumpakpelem adalah salah satu desa yang berada di kecamatan Sawoo Kabupaten Ponorogo. Desa Tumpakpelem berbatasan dengan Desa Temon di sebelah utara, Desa Puncak dan Dermosari di sebelah selatan, Desa Tempur dan Sirti sebelah timur, dan Desa Sawoo dan Pangkal

Optimalisasi Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Umkm Brilian Shop (Studi Kasus: Di Desa Tumpak Pelem Ponorogo). Azzam Muahammad Al-Fatih, et.al

sebelah barat. Adapun sejarah cikal bakal Desa Tumpakpelem sendiri terjadi pada abad 17, terdapat seorang musafir yang berkelana dan beristirahat dibawah pohon yang besar. Karena kelelahan sang musafir memanjat pohon tersebut dan tidur diatas pohon itu, agar merasa aman. Pohon itu adalah pohon manga atau pelem dalam bahasa Jawa.

Setelah musafir tersebut bangun dari tidurnya dan ingin melanjutkan perjalanan ternyata ia masih berada diatas pohon dengan kata lain numpak pada batang pelem/ mangga dan Ketika melanjutkan perjalanannya dia memberi nama pohon pelem itu dengan Tumpakpelem sebab sudah beristirahat dengan menaiki pohon mangga itu. Lama kelamaan munculah sebuah desa dan diabadikanlah Des aitu dengan Desa Tumpakpelem, Desa ini awal mulanya di pimpin oleh Wonokromo seorang bekel/lurah pada zaman dulu yang pada saat ini disebut sebagai Kepala Desa di tahun 1752-1792. Sedangkan Kepala Desa saat ini yang masih menjabat adalah Atik Sumiati dari tahun 2007 s/d sekarang. Desa Tumpakpelem memiliki luas sawah seluas 36.286 Ha, Ladang, pemukiman, serta Pekarangan seluas 991,3 Ha, serta Fasilitas umum desa seluas 1.578,7 Ha. Sehingga desa Tumpakpelem memiliki luas Sebesar 112.818 Ha. Desa Tumpakpelem memiliki curah hujan sebesar 1,833 mm, dengan jumlah bulan hujan rata-rata 6 Bulan, serta Suhu Rata-rata 26.4 °C mengakibatkan Desa Tumpakpelem termasuk desa yang bersuhu rendah.

Desa Tumpakpelem sebagian besar tanahnya untuk tanah pertanian dan sebagian kecil digunakan sebagi rumah penduduk. Kebanyakan mata pencarian bagi masyarakat Desa Tumpakpelem mengandalkan hasil pertanian dan sebagainya lagi adalah pedagang, pekerja, buruh tani dan lain-lain. Desa Tumpakpelem merupakan desa yang sudah banyak dikunjungi oleh orang luar atau orang luar desa, sebab terdapat wisata alam yaitu Air Terjun Caban Pelangi. Salah satu mata pencarian di desa Tumpakpelem yaitu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). UMKM yang berkembang di desa Tumpakpelem diantaranya produksi kerajinan tangan tas anyaman plastik dengan nama Brilian Shop. Seiring dengan berkembangnya teknologi yang semakin pesat, maka suatu unit usaha UMKM bisa lebih dikembangkan dengan memanfaatkan teknologi digitalisasi. Sebab UMKM mampu mendorong kemajuan sosial ekonomi di suatu negara atau wilayah yang dapat dipastikan dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang baru dan permanan. Namun, perlu diketahui UMKM juga bisnis yang paling rentan terhadap dampak krisis atau perubahan lingkungan bisnis yang terus-menerus berubah. Tetapi dalam penelitian ini peneliti akan berfokus kepada optimalisasi strategi digital marketing untuk meningkatkan penjualan UMKM Brilian Shop.

Pelaksanaan PKM di Tumpakpelem terutama yang berfokus di UMKM Brilian Shop ini belum ada, meskipun di Tumpakpelem juga terdapat UMKM yang sama seperti Brilian Shop (tas anyaman), tetapi untuk UMKM Brilian Shop ini menjadi objek penelitian pertama untuk program PKM pada tahun 2023 ini.

2. METODE

Khalayak Sasaran Kegiatan

Program Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan di Desa Tumpakpelem Kecamatan Sawoo. Desa Tumpakpelem merupakan salah satu Desa di Kabupaten Ponorogo. Dari hasil wawancara dengan Kepala Desa Sawoo Ibu Atik Sumiati, Desa Tumpakpelem tidak memiliki pendataan orbitasi, ketiadaan data ini kami dasari pada pencarian sumber kami kepada pemerintah daerah serta pemerintah pusat, khususnya KEMENDAGRI DIRJEN BINA PEMERINTAHAN DESA yang juga tidak memiliki data orbitasi desa.

Sedangkan wawancara dengan pemilik UMKM Brilian Shop yaitu Pak Sudir, terdapat sebuah masalah yaitu masih rendahnya pengetahuan mengenai cara meningkatkan penjualan produk dengan memanfaatkan media sosial sebagai strategi marketingnya.

Metode Kegiatan

Metode Pelaksanaan kegiatan ini adalah Pembuatan profil produk dengan memanfaatkan media sosial.

Langkah-langkah kegiatan

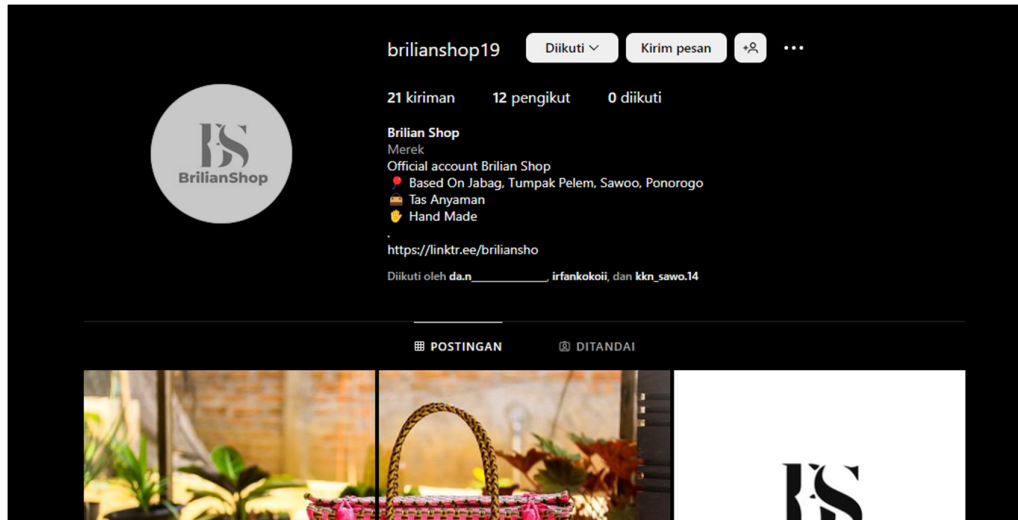
Pembuatan akun sosial media seperti Instagram dan *website* untuk pengenalan produk tas anyaman plastik Brilian Shop.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Permasalahn yang terdapat dari UMKM Brilian Shop Pak Sudir yakni: Kurang dikenalnya UMKM Brilian Shop di kalangan masyarakat luar Desa Tumpakpelem Ponorogo.

Solusinya: Membuatkan akun Instagram dan *website*, menggunakan kemampuan salah anggota kelompok dan mempublikasikan melalui media sosial dan marketplace, dan pemasangan maps.



Gambar 1. Akun Instagram UMKM Brilian Shop



Gambar 2. Website UMKM Brilian Shop

Pembahasan

Hasil dari pelaksanaan Pengabdian Pada Masyarakat menunjukkan bahwa masih terdapat kekurangan karena SDM di UMKM masih terlalu sedikit dan masih kurang terampil dalam bidang internet dan marketing online untuk meningkatkan penjualan produknya. Meskipun demikian, kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat kali ini tujuan utamanya adalah untuk mengoptimalkan sistem digitalisasi untuk strategi marketing produk di sosial media atau yang lebih dikenal dengan istilah digital marketing dalam mempromosikan tas anyaman produk hasil dari UMKM Brilian Shop, agar jangkauannya lebih luas.

Optimalisasi Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Umkm Brilian Shop (Studi Kasus: Di Desa Tumpak Pelem Ponorogo). Azzam Muahammad Al-Fatih, et.al

Digitalisasi UMKM saat ini merupakan salah satu usaha yang cukup menyakinkan untuk bertahan di tengah persaingan oleh pelaku usaha UMKM yang lain. Maka dari itu, setiap UMKM seharusnya sudah mulai mengidentifikasi strategi dan inovasi untuk pengembangan digitalisasi produk UMKM mereka. Terutama di masa pandemi Covid-19 banyak UMKM yang mengalami kebangkrutan karena menurunnya tingkat penjualan. Karena pada masa itu masih banyak pelaku usaha UMKM yang belum memulai strategi penjualannya melalui skema digitalisasi, yang dimana pemasaran produk ini memanfaatkan *marketplace* dan media sosial sebagai Teknik pemasarannya. Adapun hasil dari UMKM yang memaksimalkan potensi dari digitalisasi maka memungkinkan adanya peningkatan pendapatan bagi pelaku usaha dan orang-orang di dalamnya.

4. KESIMPULAN

Secara garis besar, berbagai program yang direncanakan baik bersifat offline dan online serta beberapa program kerja tambahan dan incidental telah terlaksana dengan baik. Beberapa program kerja yang telah terpenuhi antara lain sebagai berikut: **Program Untuk Desa:** Membuat Gapura “Marhaban Ya Ramadhan” di depan masjid Al-Mutaqin Tumpakpelem. **Program UMKM:** Membuat Akun Instagram dan *Website*, Menggunakan media sosial Instagram dan *Website* untuk promosi produk UMKM, Pembuatan system e-commerce agar semakin luas jangkauan yang di dapat. **Program Sosialisasi:** Mengadakan TPA untuk anak-anak Desa Tumpakpelem di sore hari selama bulan Ramadhan, Mengikuti kerja bakti di hari Ahad Bersama warga Desa Tumpakpelem. Dari kegiatan-kegiatan yang telah terlaksana diatas dapat disimpulkan bahwa program kerja kelompok 14 selama KKN yang dilaksanakan sebagian besar merupakan jenis kegiatan offline. Dalam pelaksanaannya juga melibatkan jenis program kegiatan fisik.

5. REFERENSI

- [1] Darmawan, Erwan, and Raga Aqino, ‘Pengaruh Penggunaan Digital Marketing Terhadap Volume Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Produk UMKM Makanan Khas Banten Di Kota Serang’, *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22.02 (2022), 1–13
- [2] ‘Demografi Desa Tumpak Pelem’, *Desa Tumpakpelem*, 2023, p. 1. Diakses pada tanggal 5 April 2023. <<https://tumpakpelem.desa.id/demografi/>>
- [3] Idah, Yusida Munsa, and Muliastari Pinilih, ‘Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM’, *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers ‘Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX’*, 9.1 (2020), 195–204
- [4] Putra, Yanuar Surya, Ambar Istiyani, and Uswatun Khasanah, ‘Developing SMEs Resilience Through the Role of Digitalization and Human Resource Practices With Competitiveness As Mediating Variable: A Case Study in Kampung Singkong Salatiga’, *ProBank : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 7.2 (2022), 136–43 <<http://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/probank>>
- [5] Sari, Wulan, ‘Pemberdayaan Melalui Pelatihan Dan Digitalisasi UMKM Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Masa Pandemic Covid-19’, *Islamic Management and Empowerment Journal*, 4.1 (2022), 1–18 <<https://doi.org/10.18326/imej.v4i1.1-18>>
- [6] ‘Sejarah Desa’, *Desa Tumpakpelem*, 2023, p. 1. Diakses pada tanggal 5 April 2023. <<https://tumpakpelem.desa.id/sejarah-des/>>