



# SABANGKA ABDIMAS

*Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*

<https://doi.org/10.62668/sabangka.v2i03.603>

## PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING UNTUK PENGEMBANGAN PENGENALAN PRODUK UMKM DI KELURAHAN RUNGKUT MENANGGAL

Ricy Inaiyah Wulandari<sup>1</sup>,  
Yeni Prasasti<sup>2</sup>, Nabila Arinda  
Putri<sup>3</sup>, Jauhar Arief  
Dharmawan<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Manajemen, Universitas  
Pembangunan Nasional "Veteran"  
Jawa Timur, Surabaya, Jawa Timur,  
Indonesia,

<sup>2</sup>Agribisnis, Universitas  
Pembangunan Nasional "Veteran"  
Jawa Timur, Surabaya, Jawa Timur,  
Indonesia,

<sup>3</sup>Administrasi Bisnis Universitas  
Pembangunan Nasional "Veteran"  
Jawa Timur, Surabaya, Jawa Timur,  
Indonesia

<sup>4</sup>Ekonomi Pembangunan,  
Universitas Pembangunan Nasional  
"Veteran" Jawa Timur, Surabaya,  
Jawa Timur, Indonesia,

### Article History

Received : 31 March 2023

Revised : 04 April 2023

Accepted : 01 April 2023

Available Online : 31 May 2023

### \*Corresponding author :

Nama : Ricy Inaiyah Wulandari

Email : [ricyinaiyah605@gmail.com](mailto:ricyinaiyah605@gmail.com)

Licensed Under a Creative  
Commons Attribution 4.0  
International License



## Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah usaha yang dijalankan oleh perorangan atau suatu badan usaha yang merujuk pada usaha ekonomi produktif. UMKM bisa lebih efektif penjualannya Ketika menggunakan digital marketing. Saat ini, tren pemasaran melalui media digital sudah bergeser yang semula pemasaran offline ke online atau yang biasa disebut digital marketing. Digital marketing sendiri merupakan penggunaan taktik digital dan saluran agar dapat terhubung dengan pelanggan di mana saja dan kapan saja. Kekurangan digital marketing sendiri adalah koneksi internet yang tidak dimiliki oleh semua orang di Indonesia. Digital marketing di Kelurahan Rungkut Menanggal melakukan pemanfaatan dalam penggunaan Media Sosial. Metode pelaksanaan yang kami lakukan adalah melakukan teknik pengumpulan data melalui observasi pada UMKM, Wawancara, Teknik Analisa, Pelaksanaan Kegiatan. Hasilnya bahwa kurangnya pengetahuan dalam menjalankan usaha menggunakan teknologi digital marketing seperti sosial media. Oleh karena itu kurangnya pengetahuan mereka mengenai digital marketing membuat kurangnya optimal dalam melakukan penjualan usaha mereka karena yang mengetahui usaha mereka hanyalah orang sekitar Kelurahan Rungkut Menanggal. Oleh karena itu kami melakukan pemahaman kepada warga sekitar melalui sosialisasi door to door kepada pelaku usaha agar mereka sebagai pelaku usaha lebih memahami pentingnya era digital

**Kata kunci :** UMKM, KKNT, Digital Marketing, Kelurahan Rungkut Menanggal

## Abstract

*Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) is a business run by individuals or a business entity that refers to productive economic businesses. MSMEs can be more effective in selling when using digital marketing. Currently, the trend of marketing through digital media has shifted from offline marketing to online or what is commonly called digital marketing. Digital marketing itself is the use of digital tactics and channels to connect with customers anywhere and anytime. The disadvantage of digital marketing itself is the internet connection that is not owned by everyone in Indonesia. Digital marketing in Rungkut Menanggal Village utilises the use of Social Media. The method of implementation that we do is to carry out data collection techniques through observation of MSMEs, interviews, analysis techniques, activity implementation. The result is that there is a lack of knowledge in running a business using digital marketing technology such as social media. Therefore, their lack of knowledge about digital marketing makes them less optimal in selling their business because only people around Rungkut Menanggal Village know about their business. Therefore, we provide understanding to local residents through door to door socialisation to business actors so that they as business actors better understand the importance of the digital era.*

**Keywords :** UMKM, KKNT, Digital Marketing, Rungkut Menteng Village

## **PENDAHULUAN**

UMKM merupakan suatu usaha dagang yang dijalankan oleh perorangan atau suatu badan usaha yang merujuk pada usaha ekonomi produktif, dijelaskan dalam undang-undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008. Usaha mikro merupakan suatu usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp. 50.000.000 yang tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. (garuda3003) Pengusaha UMKM sangat berkontribusi dalam peningkatan perekonomian di Indonesia, baik yang dilakukan melalui penjualan offline maupun online atau digital marketing. Penjualan secara offline merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan secara langsung antara penjual dan pembeli. Pemasaran online atau digital marketing adalah pemasaran yang dilakukan melalui media internet (1825). Digital Marketing didefinisikan dengan menggunakan berbagai taktik digital dan saluran agar dapat terhubung dengan pelanggan di mana saja mereka menghabiskan banyak waktu mereka dalam dunia online. Dengan seiring waktu banyak UMKM yang sudah mengenal dan menggunakan pemasaran digital sebagai langkah dalam memasarkan produknya, terdapat kekuatan dan kelemahan dalam pngaplikasian digital marketing.

Kekuatan modal yang digunakan relatif kecil, karena tidak perlu menyewa tempat, cakupannya luas untuk semua orang di mana saja, dan juga bisa dilakukan kapan saja, di mana saja. Kekurangannya sendiri adalah koneksi internet yang tidak dimiliki oleh semua orang Indonesia.(2947) Banyaknya masyarakat Indonesia kurang taunya penggunaan media online, Penerapan pemasaran digital juga perlu adanya sarana pendukung seperti adanya brand atau merk, logo, kemasan yang menarik dan aman jika dijual melalui online. Merek merupakan tahap pertama dan terpenting dalam komunikasi Pemasaran.

Kelurahan Rungkut Menanggal adalah kawasan yang sebagian besar masyarakatnya berpenghasilan menengah keatas yang sebagian besar bermata pencaharian sebagai pegawai pemerintah maupun swasta, namun sebagian masyarakat juga ada yang menjalankan usaha yang masih dijalankan secara tradisional. Saat ini, tren pemasaran melalui media digital sudah bergeser yang semula pemasaran offline ke online. Dengan adanya internet semua bidang pekerjaan menjadi mudah. Promosi yang rendah bisa menyebabkan beberapa pelaku UMKM kurang berkembang. Penelitian yang berjudul Pemasaran digital marketing untuk pengembangan pengenalan produk UMKM di Kelurahan Rungkut Menanggal strategi peningkatan nilai ekonomi UMKM melalui digital marketing di Kelurahan Rungkut Menanggal, melakukan pemanfaatan dalam penggunaan Media Sosial.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) di Kelurahan Rungkut Menanggal, yaitu:

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam jurnal ini adalah

a. Observasi.

Teknik pengumpulan data observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati perilaku, kegiatan atau fenomena yang terjadi di lingkungan yang diteliti. Kami mengamati berbagai kegiatan yang dilakukan oleh UMKM tersebut, seperti proses produksi hingga proses pengemasan. Kami menggunakan kamera sebagai alat untuk merekam segala aktivitas pada saat pengamatan dan rekaman suara sebagai alat untuk merekam segala aktivitas pada saat pengamatan dan rekaman suara sebagai alat untuk membantu kami yang mungkin sulit atau tidak mungkin mencatat secara tertulis.

b. Wawancara

Wawancara adalah sebuah proses interaksi antara dua orang atau lebih yang dilakukan dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi atau memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai suatu topik, masalah atau orang. Kami mengajukan berbagai pertanyaan terkait pemasaran, proses produksi, dan pengembangan UMKM kami menggunakan alat rekam suara untuk membantu kami dalam merekam semua informasi dan jawaban tentang pelaku UMKM.

2. Teknik Analisa

Analisa Naratif adalah sebuah metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk menganalisis data yang diperoleh dari sumber seperti wawancara, observasi, atau dokumen. Kami menggunakan Teknik analisis naratif untuk mengidentifikasi dan memahami data kualitatif, sehingga dapat menghasilkan informasi yang tepat.

3. Pelaksanaan Kegiatan

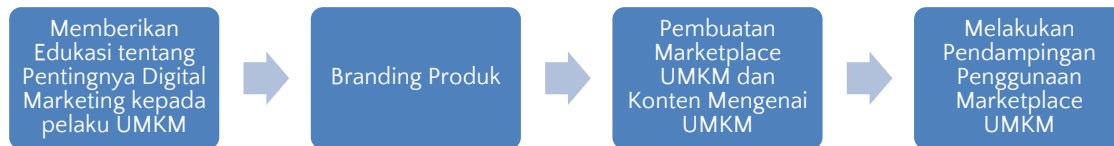
Tahap Persiapan



Pada tahap persiapan kami melakukan koordinasi dengan pemimpin Kelurahan, RW, dan RT terkait pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) di Kelurahan Rungkut Menanggal. Selain itu kami juga mencari informasi terkait UMKM yang ada di Kelurahan Rungkut Menanggal dengan pemimpin Kelurahan RW, dan RT. Terkait 4 UMKM yang ada di RT 02, yaitu jajanan pasar, kunyit asem, kerupuk dan peyek, serta pastel. Setelah itu, kami mengunjungi lokasi UMKM untuk mengetahui tata cara produksi, pemasaran yang telah dilakukan, hingga permasalahan yang sedang dihadapi oleh UMKM tersebut. Dari hasil kunjungan UMKM tersebut, kami dapat menganalisa permasalahan yang

dihadapi oleh UMKM tersebut, yaitu kurangnya pemanfaatan digital marketing, pemasaran masih bersifat tradisional, dan pangsa pasar yang kecil. Untuk itu, kami mempersiapkan pelaksanaan program Pemanfaatan Digital Marketing untuk Pengembangan Pengenalan Produk UMKM di Kelurahan Rungkut Menanggal.

### Tahap Pelaksanaan



Tahap pelaksanaan dimulai dari memberikan edukasi tentang pentingnya digital marketing kepada pelaku UMKM. Sebagian besar UMKM yang ada di RT 02 belum memanfaatkan digital marketing untuk mengembangkan bisnisnya. Apalagi di era digital seperti saat ini sangat penting bagi para pelaku UMKM dalam menjalankan bisnisnya agar dapat memperluas pasar mereka. Setelah pemberian edukasi tentang digital marketing, kami melakukan branding produk, seperti nama usaha, logo, dan kemasan produk untuk memperbarui brand yang sudah ada dan untuk mempermudah konsumen dalam mengenali produk UMKM. Pembuatan marketplace, seperti Instagram digunakan sebagai wadah promosi dan penjualan. Selain itu, kami juga membuat beberapa konten, seperti design dan foto untuk diletakkan di Instagram. Selama Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) berlangsung kami melakukan pendampingan penggunaan marketplace kepada para UMKM sehingga para pelaku UMKM dapat melakukan secara mandiri dan berkelanjutan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berupa sosialisasi dan pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) bertempat di RW 01 Kelurahan Rungkut Menanggal pada tanggal 13 April 2023. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan bantuan untuk mendapatkan izin berusaha bagi pelaku usaha mikro. Materi sosialisasi dipersiapkan dalam bentuk paparan lisan. Kegiatan diawali dengan perkenalan kelompok dilanjutkan dengan paparan materi dari anggota kelompok. Setelah sesi pemaparan materi dan diskusi selesai dilakukan tanya jawab dan pelaksanaan pendampingan langsung berupa pendampingan bagi pelaku usaha mikro di RW 01 Kelurahan Rungkut Menanggal.

Bentuk dari kegiatan ini merupakan sebuah tindakan yang dapat berguna memberikan pemahaman pentingnya memiliki izin berusaha bagi para pelaku usaha mikro di RW 01 Kelurahan Rungkut Menanggal dengan cara yaitu:

a. Tahap 1 (Wawancara).

Pelaku usaha diberikan pertanyaan terkait permasalahan atau kondisi usaha saat ini melalui penyampaian lisan dan diskusi bersama secara langsung.

b. Tahap 2 (Penyampaian Materi).

Pelaku usaha diberikan penjelasan mengenai materi pengertian NIB, manfaat NIB, syarat pendaftaran NIB, dan tata cara pengisian data melalui online single submission (OSN)

c. Tahap 3 (Pendampingan).

Pelaku usaha mendapatkan pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui online single submission (OSS).

d. Tahap 4 (Penyerahan Nomor Induk Berusaha)

Pelaku usaha akan mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai legalitas usaha yang dijalankan.

## HASIL PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh kelompok 89 KKN-T MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur ini berfokus kepada UMKM dari RW 01 Kelurahan Rungkut Menanggal dimulai pada pertengahan bulan Maret 2023. Salah satu program yang dijalankan oleh kelompok 89 KKN-T MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur yaitu mengenai digital marketing untuk pengembangan produk UMKM di RW 01 Kelurahan Rungkut Menanggal. Berikut tahapan kegiatan pengembangan digital marketing yang berada di RW 01 Kelurahan Rungkut Menanggal.

1. Tahap Pertama yang dilakukan yaitu melakukan observasi. Kegiatan ini dilakukan secara langsung kepada pelaku UMKM dengan melalui wawancara untuk bertujuan mengetahui atau mengidentifikasi kondisi yang dialami oleh pelaku UMKM yang terjadi di lapangan seperti apa. Observasi ini dilakukan dengan melihat pertimbangan yang terjadi di lapangan seperti apa. Adapun hasil yang dilakukan observasi sebagai berikut
  - a) Pelaku Usaha Mikro masih banyak yang kurang memahami terkait teknologi digital dan cara pengelolaannya sehingga perlunya pendampingan.
  - b) Banyaknya kegiatan lain yang dilakukan oleh pelaku usaha yang mengakibatkan kurang optimal nya dalam melakukan penjualan.
  - c) Beberapa pelaku usaha belum mempunyai logo dan nama produk.



Gambar 1. Observasi UMKM

2. Tahap Kedua yaitu melakukan kegiatan edukasi digital marketing door to door kepada para pelaku usaha. Tujuan dilakukan kegiatan ini adalah memberi pemahaman lanjutan kepada pelaku usaha bahwa sangat pentingnya era digital pada saat ini apabila dapat dimanfaatkan dan dijalankan secara baik. Edukasi ini meliputi beberapa pemberian materi mengenai pentingnya digital marketing, kecepatan penyebaran produk dan jangkauan pemasaran yang luas. Adapun UMKM yang terjaring atau terpilih menjadi binaan dari kelompok 89 KKN-T MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur yaitu :
  - a. Pelaku Usaha Pastel
  - b. Pelaku Usaha Jajanan Pasar, dan
  - c. Pelaku Usaha Sino



Gmbr 2. Edukasi Digital Marketing Sinom Gmbr 3. Edukasi Digital Marketing Pastel

Dari ketiga pelaku usaha tersebut yang nantinya akan dijadikan 1 mitra saja dengan harapan agar dapat lebih efektif dan efisien dalam melakukan penjualan kepada konsumen. Para pelaku usaha sangat antusias akan hal itu dan nantinya bisa menjadi platform yang bermanfaat bagi ketiga pelaku usaha tersebut.

3. Tahap Ketiga setelah melakukan kegiatan edukasi adalah melakukan kegiatan pendampingan kepada para pelaku usaha dalam memaksimalkan digital marketing dan memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram. Dalam hal ini, memberikan pengetahuan mengenai teknik pengambilan foto produk yang menarik untuk dijadikan konten di media sosial. Dalam hal ini foto produk sangatlah penting untuk menjadi daya tarik produk tersebut kepada khalayak umum. Oleh karena itu kelompok 89 KKN-T MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur membantu dalam pengambilan foto produk di setiap pelaku usaha dalam mengoptimalkan penerapan digital marketing. Harapan nantinya para pelaku

usaha bisa menjalankan dan mengembangkan secara lebih baik dan optimal terkait platform media sosial ini. Dan juga dapat mengimplementasikan lebih lanjut terkait foto produk, pengelolaan media sosial dan mengikuti era digital yang selalu berjalan setiap tahunnya.



Gambar 4. Foto Produk UMKM



Gambar 5. Akun Instagram UMKM

## KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan mengenai Digital marketing yang dilakukan oleh warga Kelurahan Rungkut Menanggal. Kami menarik kesimpulan bahwa kurangnya pengetahuan dalam menjalankan usaha menggunakan teknologi digital marketing seperti sosial media. Oleh karena itu kurangnya pengetahuan mereka mengenai digital marketing membuat kurangnya optimal dalam melakukan penjualan usaha mereka karena yang mengetahui usaha mereka hanyalah orang sekitar Kelurahan Rungkut Menanggal. Oleh karena itu kami melakukan pemahaman kepada warga sekitar melalui sosialisasi door to door kepada pelaku usaha agar mereka sebagai pelaku usaha lebih memahami pentingnya era digital pada saat ini apabila dapat dimanfaatkan dan dijalankan secara baik.

Dari hasil wawancara yang kami lakukan, saran yang dapat kami sampaikan yaitu berharap lebih banyak pelaku usaha yang mengetahui mekanisme dan manfaat dari Digital Marketing. Karena manfaat yang dapat diambil dari penggunaan teknologi Digital Marketing sangat berpengaruh terhadap penjualan yang mereka lakukan. Dan kemudia harapan kami nantinya para pelaku usaha bisa menjalankan dan mengembangkan lebih baik dan optimal lagi terkait platform media sosial ini. Dan juga dapat mengimplementasikan lebih lanjut terkait foto produk, pengelolaan media sosial dan mengikuti era digital yang selalu berjalan setiap tahunnya.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan KKNT yang dilaksanakan oleh kelompok 89 dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur ini tidak akan berjalan lancar tanpa dukungan dari segala pihak. Untuk itu kami mengucapkan terimakasih kepada LPPM yang telah membiayai kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, serta seluruh staff dan perangkat RW 01 yang telah membantu dalam merealisasikan program kerja kami. Serta mengucapkan terimakasih terhadap Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) kami Bapak Praja Firdaus N.,M.Hub.int, yang telah membimbing kami sehingga program ini dapat berjalan. Tidak lupa kami ucapkan terimakasih kepada pihak yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu atas segala kontribusi dan bantuan yang diberikan. Semoga dengan bimbingan mengenai Digital Marketing dapat mengembangkan UMKM sekitar Kelurahan Rungkut Menanggal dan dapat bermanfaat bagi UMKM Kelurahan Rungkut Menanggal.

## PUSTAKA

- Diana, L., Nor, S., Kumaeroh, A., Syalima, I., & Tidar, U. (2020). ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat) History Artikel. 1(1).
- Priyatna, C., Ari, F. X., Prastowo, A., & Syuderajat, D. F. (n.d.). DIGITAL MARKETING UNTUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (Studi Kasus Pada Coffeestrip Bandung). In Desember (Vol. 9, Issue 4).
- Rachmawati, D., Ramadhani, N., Aulia Komarullah, T., Purnama, A., & Islam Negeri Sunan Gunung Djati, U. (2021). SOSIALISASI PERANAN DIGITAL MARKETING BAGI UMKM DI DESA UJUNG GENTENG SOCIALIZATION OF THE ROLE OF DIGITAL MARKETING FOR UMKM IN UJUNG GENTENG VILLAGE (Issue 4).  
<https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/Proceedings>
- Ramadhania, S. U., Hayati, K. R., Supriyono, S., & Sugito, S. (2022). UPAYA PENINGKATAN ANGKA PENJUALAN DI KELURAHAN RUNGKUT MENANGGAL MELALUI PROGRAM PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING UMKM PENGRAJIN KAIN BATIK. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(5), 531–536. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.720>
- Siswati, E., Achmad Rinaldi, F., Istifadatul Qoiroh, R., Alda Almira, N., Ramadhan Ariyanto, R., Fakultas Ekonomi dan Bisnis, M., Informatika Fakultas Teknik, T., Hukum, F., & Bhayangkara Surabaya, U. (n.d.). PENINGKATAN PANGSA PASAR KELOMPOK UMKM MELALUI PENJUALAN ONLINE DAN OFFLINE DI KELURAHAN RUNGKUT MENANGGAL. In *Jurnal Akses Pengabdian Indonesia* (Vol. 6, Issue 2).
- Tahun 2022, S. N. P. M. I., Penelitian, L., & Pengabdian, D. (2022). STRATEGI PEMBERDAYAAN MEDIA DIGITAL DI ERA ENDEMI PADA UMKM BENGKEL (TOM VARIASI) WILAYAH RUNGKUT MENANGGAL HARAPAN SURABAYA. In *AGUSTUS 1945 SURABAYA* (Vol. 2, Issue 1).