



# SABANGKA ABDIMAS

*Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*

<https://doi.org/10.62668/sabangka.v2i04.641>

## SOSIALISASI DAN PELATIHAN SISTEM PEMASARAN BAGI PELAKU UMKM GUNA MENDORONG TERCIPTANYA DIGITAL MARKETING DI KELURAHAN RUNKUT TENGAH

Novi Rahma Wati<sup>1</sup>, Anisa Lailatul Badriyah<sup>2</sup>, Sheila Sabina Adelia R<sup>3</sup>, Muhammad Handi Rohman<sup>4</sup>, Kevin Austin Lumbanraja<sup>5</sup>

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

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

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

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

<sup>5</sup>Informatika, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

### Article History

Received : 20 May 2023

Revised : 01 June 2023

Accepted : 30 June 2023

Available Online : 31 July 2023

### \*Corresponding author :

Nama : Novi Rahma Wati

Email : [20012010090@student.upnjatim.ac.id](mailto:20012010090@student.upnjatim.ac.id)

Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License



## Abstrak

Perkembangan teknologi informasi menimbulkan adanya perubahan kultur atau kebiasaan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. E-commerce dan marketplace banyak dimanfaatkan oleh para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang dimana dapat memberikan pengaruh perkembangan dalam penjualan produk-produk mereka. Sosialisasi dan pelatihan sistem pemasaran dilakukan oleh Kelompok 90 KKN-T MBKM Universitas Pembangunan "Veteran" Jawa Timur yang melalui beberapa tahap antara lain adalah penyusunan proposal, survei, pengurusan kerjasama mitra, mempersiapkan materi, bahan, dan alat untuk sosialisasi dan pelatihan, dan kemudian pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini memiliki sejumlah program kerja guna membantu UMKM yang terdapat di Kelurahan Rungkut Tengah. Kegiatan pengabdian masyarakat melalui sosialisasi dan pelatihan sistem pemasaran untuk para pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Rungkut Tengah ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran UMKM Kecamatan Rungkut tengah akan pentingnya Digital Marketing di era sekarang ini. Para Pelaku UMKM Kelurahan Rungkut Tengah tertarik akan digitalisasi sistem pemasaran, sehingga dibimbing untuk mulai menggunakan media sosial lainnya sebagai wadah untuk mereka mempromosikan usaha mereka, seperti Shopee Food dan Go-Food.

**Kata Kunci:** Sistem Pemasaran, Digital Marketing, E-Commerce, UMKM

## Abstract

*The development of information technology has led to changes in culture or people's habits in everyday life. E-commerce and marketplaces are widely used by Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) which can have a developmental influence on the sales of their products. The socialization and training of the marketing system was carried out through several stages including preparing proposals, surveys, managing partner cooperation, preparing materials, materials and tools for socialization and training, and then implementing socialization and training. In this community service activity, there are a number of work programs to help MSMEs in Rungkut Tengah Village. Community service activities through outreach and marketing system training for MSMEs in the Rungkut Tengah District are expected to increase the awareness of the UMKM in the Rungkut Tengah District of the importance of digital marketing in the current era. MSMEs in Rungkut Tengah Village are interested in digitizing the marketing system, so they are guided to start using other social media as platforms for them to promote their businesses, such as Shopee Food and Go-Food.*

**Keywords:** Marketing system, digital marketing, e-commerce, MSMEs

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi menimbulkan adanya perubahan kultur atau kebiasaan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Internet sebagai salah satu media komunikasi yang sering digunakan oleh pelaku usaha dalam mempromosikan usahanya. E-commerce dan marketplace banyak dimanfaatkan oleh para pelaku Usaha Kecil Menengah (UMKM) yang dimana dapat memberikan pengaruh perkembangan dalam penjualan produk-produk mereka (Septian dkk., 2021). Masih banyak pelaku bisnis yang belum mengerti dan belum mengenal secara jelas mengenai pemasaran melalui media digital, namun begitu karena adanya dorongan bisnis dari luar yang semakin lama semakin mengarah kepada penggunaan media digital membuat banyak pelaku usaha mulai menggunakannya (Solihin dkk., 2021).

Digital marketing merupakan salah satu metode pemasaran yang menggunakan teknologi informasi. Selain untuk melakukan pemasaran berbasis internet, digital marketing juga salah satu cara komunikasi melalui sua arah yang dapat menciptakan awareness dan engagement masyarakat terhadap sebuah produk (Woelandari & Setyawati, 2019). Terdapat banyak pelaku usaha yang mulai beralih sistem pemasaran yang semula menggunakan sistem pemasaran offline berubah menjadi sistem pemasaran online dengan memanfaatkan digital marketing. Teknologi internet membuat para pelaku UMKM dapat memasarkan produk mereka secara lebih luas dan dapat dijangkau oleh lebih banyak orang dengan biaya yang lebih murah (Woelandari & Setyawati, 2019).

Di Kelurahan Rungkut Tengah yang merupakan salah satu kelurahan yang terletak di Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur sendiri terdapat berbagai macam jenis UMKM yang tersebar. Mayoritas dari penduduk di Kelurahan Rungkut Tengah ini merupakan seorang pelaku UMKM. Kebanyakan dari usaha mereka adalah usaha yang bergerak di bidang makanan seperti kue-kue, jajanan pasar, olahan kacang, bawang goreng, geprek, ikan dana yam bakar, dan masih banyak lagi. Selain itu, di kelurahan ini juga banyak sekali usaha yang bergerak di bidang minuman seperti sinom, es susu, es lumut, jus buah, dan lain-lain. Terdapat kurang lebih sekitar 70 UMKM yang ada di Kelurahan Rungkut Tengah yang tergabung dalam komunitas UMKM.

Banyak dari pelaku usaha di Kelurahan Rungkut Tengah ini yang belum paham betul mengenai digital marketing. Kebanyakan dari mereka hanya memasarkan melalui mulut ke mulut. Adapun dari mereka yang sudah memasarkan produknya melalui aplikasi-aplikasi komunikasi seperti whatsapp, kemudian mereka menggunakan media sosial seperti facebook, Instagram, twitter, juga terdapat beberapa pelaku usaha yang memang sudah mengikuti perkembangan digitalisasi mereka menggunakan aplikasi seperti Shopee, Gojek, Tokopedia, dan sebagainya.

Permasalahan yang ada pada pelaku UMKM disini adalah minimnya informasi dan pengetahuan mengenai digital marketing dan sistem belanja online (e-commerce) karena beberapa faktor seperti beberapa dari mereka merupakan

sudah berusia diatas 45tahun, kurang mengerti cara menggunakan media digital, dan masih banyak faktor lainnya. Dari permasalahan yang ada, maka diperlukan adanya sosialisasi dan pelatihan digital marketing melalui penggunaan internet (media sosial).

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pendampingan UMKM ini dilakukan di Pendopo Kelurahan Rungkut Tengah, Kecamatan Gunung Anyar Kota Surabaya pada tanggal 19 Maret 2023. Sosialisasi dan pelatihan ini dilakukan melalui beberapa tahap antara lain adalah penyusunan proposal, survei, pengurusan kerjasama mitra, mempersiapkan materi, bahan, dan alat untuk sosialisasi dan pelatihan, dan kemudian pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan. Sosialisasi dan pelatihan ini diikuti oleh para pelaku UMKM dan koordinator UMKM pada masing-masing RW.

Kegiatan ini dimulai dengan koordinasi bersama mitra terkait jadwal pelaksanaan dan lokasi, kemudian penentuan hari dan jam yang tepat untuk melakukan sosialisasi dan pelatihan. Kemudian, dilanjutkan dengan persiapan sosialisasi dengan menyiapkan berbagai materi mengenai media sosial yang dapat digunakan untuk digital marketing.

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan diisi dengan pemaparan materi mengenai pentingnya melakukan pemasaran melalui digital marketing dan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi sebuah produk. Kegiatan ini diisi dengan memperkenalkan beberapa media sosial atau aplikasi, kemudian memberikan pelatihan mengenai cara mengoperasikan dan mengelola media sosial sebagai media pemasaran.

## **HASIL PEMBAHASAN**

Pelaksanaan kegiatan pegabdian masyarakat KKN Tematik Kelompok 90 UPN “Veteran” Jawa Timur di Kelurahan Rungkut Tengah dilakukan mulai tanggal 16 Maret hingga 29 Juni 2023. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini kelompok 90 memiliki sejumlah program kerja guna membantu UMKM yang terdapat di Kelurahan Rungkut Tengah. Salah satu program kerja dari kelompok 90 yaitu sosialisasi digital marketing. Tahapan yang dilakukan dalam kegiatan sosialisasi digital marketing adalah sebagai berikut:

A. Tahapan Persiapan



Gambar 1. Diskusi dengan Pihak Kelurahan Rungkut Tengah

Pada tahap ini kelompok 90 KKN-T akan mendatangi Kelurahan Rungkut Tengah untuk bertemu Perangkat Desa dan ketua paguyuban UMKM guna meminta izin dan mendiskusikan program kerja yang akan dilakukan. Dalam diskusi tersebut, kelompok 90 KKN-T menjelaskan program kerja dimulai dari tujuan program kerja. Kegiatan ini mempunyai tujuan yaitu untuk meningkatkan UMKM yang ada di Kelurahan Rungkut Tengah. Kegiatan ini akan melibatkan warga desa yang telah memiliki usaha/bisnis sebelumnya dan mengalami kesulitan dalam memasarkan produk atau jasa mereka. Kelompok 90 KKN-T dibantu oleh koordinator UMKM di tiap RW dalam melaksanakan survei lokasi UMKM untuk mempermudah kelompok 90 mengenali UMKM yang ada di desa.

#### B. Survei UMKM sebelum pelaksanaan program



Gambar 2. Survei dan wawancara dengan pengurus paguyuban UMKM Kelurahan Rungkut Tengah

Survei UMKM dilakukan pada minggu pertama pelaksanaan KKN-T. Survei hal ini bertujuan untuk mencari tahu UMKM yang telah berjalan sebelumnya dan kendala-kendala yang ada pada UMKM di kelurahan rungkut tengah. Kegiatan survei ini dilakukan dengan mencari tahu data-data UMKM yang ada melalui kelurahan dan koordinator UMKM serta mengunjungi beberapa UMKM yang ada. Dari hasil survey yang dilakukan, kebanyakan UMKM di Kelurahan Rungkut Tengah memiliki usaha di bidang makanan dan minuman yang memiliki kendala pada bagian pemasarannya. Masih banyak UMKM yang belum mengerti cara menggunakan media sosial atau internet sebagai media digital marketing, bahkan masih ada yang tidak tahu sama sekali dan tidak mengenal sama sekali mengenai digital marketing.

Sehingga dari kendala tersebut kelompok KKN 90 berencana mengadakan sosialisasi sistem pemasaran melalui media online sebagai digital marketing sehingga harapannya dapat memberikan pemahaman dan merangkul para pelaku usaha agar dapat mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan teknologi saat ini.

### C. Pelaksanaan Kegiatan



Gambar 3. Pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan digital marketing

Setelah melakukan survei terhadap permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM di Kelurahan Rungkut Tengah, diperoleh hasil bahwa pelaku UMKM masih kurangnya pemahaman dalam *digital marketing* sebagai sistem pemasaran yang efektif di masa kini. Sehingga, untuk mengatasi permasalahan tersebut Kelompok 90 KKNT mengadakan sosialisasi dan pelatihan kepada pelaku UMKM di Kelurahan Rungkut Tengah. Sosialisasi dan pelatihan digital marketing ini dihadiri sebanyak 30 pelaku UMKM yang terdapat di Kelurahan

Rungkut Tengah. Materi yang dibahas pada sosialisasi yaitu mengenai informasi serta ilmu *digital marketing* guna memasarkan produk untuk menambah jumlah volume penjualan. Sedangkan pelatihan yang diberikan yaitu pendaftaran dan penggunaan salah satu fitur pada aplikasi *e-commerce* Shopee Food dan Go-Food.

Pada sosialisasi ini adapun materi yang disampaikan adalah sebagai berikut :

**a. Digital Marketing**

Materi pertama yang disampaikan yaitu mengenai teori digital marketing. Pengertian serta manfaat digital marketing sebagai salah satu solusi bagi sistem pemasaran UMKM di masa sekarang. Di era teknologi saat ini peran digital marketing sangatlah penting. Digital marketing dapat mempengaruhi aspek kehidupan masyarakat, terlebih di bidang bisnis karena dapat membantu mewujudkan stabilitas ekonomi yang lebih baik (Kelana, 2022). Selain itu, menggunakan digital marketing sebagai sistem pemasaran akan dapat membantu memasarkan produk dengan lebih efisien dan mampu menjangkau pasar lebih luas.

**b. Penggunaan sosial media sebagai sistem pemasaran digitat**

Pada sosialisasi sesi kedua, dilakukan penyampaian materi mengenai pemasaran produk di sosial media agar menarik minat pelanggan. Guna menarik minat pelanggan akan produk yang dijual, pelaku usaha perlu untuk memerhatikan konten yang dibuat. Menurut (Yunita dkk., 2021) pembuatan konten yang menarik dapat meningkatkan penjualan, selain itu juga membangun brand awarness, meningkatkan traffic Pengunjung, serta meningkatkan Engagement terhadap produk. Dalam memasarkan produk di sosial media, pelaku usaha juga perlu mengetahui trend atau topik yang sedang dibicarakan oleh masyarakat. Setelah mengetahui konten yang sedang tren di khalayak, pelaku usaha memilih dan menyesuaikan tren yang sesuai dengan bisnisnya. Penulisan caption di setiap unggahan juga menjadi salah satu faktor terpenting dalam memasarkan produk di sosial media. Pembuatan caption dalam digital marketing haruslah yang menarik serta dapat memberikan informasi yang jelas pada produk agar dapat menarik perhatian pelanggan. Memerhatikan waktu postingan juga merupakan kunci dalam sistem pemasaran produk pada sosial media. Waktu terbaik dalam mengunggah konten ke sosial media yaitu jam 08.00 – 11.00 WIB, 10.00 – 14.00 WIB, dan 19.00 – 21.00. Hal ini dikarenakan menurut (Aryanti dkk., 2022) pengguna sosial media cenderung berselancar di akun sosial mediana untuk mengisi waktu dan melihat konten produk ketika di jam-jam istirahat kerja atau makan siang.

**c. Pelatihan pendaftaran produk UMKM pada E-Commerce (Shopee Food & GoFood)**

Sesi ketiga sosialisasi dilanjutkan dengan menyampaikan materi mengenai penggunaan *e-commerce* dalam strategi digitalisasi pemasaran produk.

berdasarkan hasil survey, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami manfaat digital marketing dalam memasarkan produknya terutama pada platform e-commerce. Pelaku UMKM di Kelurahan Rungkut Tengah dibimbing untuk melakukan proses pendaftara pada e-commerce ShopeeFood dan GoFood. Tahapan pendaftaran produk UMKM pada e-commerce dilakukan sebagai berikut:

- **Shopee Food**

Untuk mendaftarkan produk pada platform Shopee terutama pada fitur ShopeeFood, pelaku usaha perlu mendownload terlebih dahulu aplikasi Shopee Partner di Google Play Store/ Appstore. Selanjutnya, yaitu mengisi formulir Shope food merchant. Setelah mengisi formulir selanjutnya membuat akun dan password. Setelah berhasil masuk, selanjutnya memilih jenis tipe usaha. Tipe usaha pada Shopee Partner terbagi menjadi dua yaitu usaha milik sendiri & usaha milik perusahaan. Untuk usaha milik sendiri pelaku usaha perlu menyiapkan beberapa dokumen, diantaranya: KTP/KITAS, NPWPD, dan Foto buku tabungan.

- **Go-Food**

Pendaftaran mitra usaha pada aplikasi Go-food dapat dilakuakn melalui aplikasi GoBiz yang dapat didownload di Google Play Store. Selanjutnya, melakukan pendaftaran sesuai dengan jenis usaha (usaha milik pribadi, usaha milik perusahaan, tambah outlet baru). Lalu, pelaku usaha selanjutnya dapat mengisi data sesuai dengan yang tertera di aplikasi GoBiz, dan tahap terakhir yaitu pelaku usaha melengkapi data usaha sesuai dengan jenis usaha yang dipilih.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui sosialisasi dan pelatihan sistem untuk para pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Rungkut Tengah ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran UMKM Kecamatan Rungkut tengah akan pentingnya Digital Marketing di era sekarang ini. Masih banyak pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Rungkut Tengah ini yang mempromosikan usaha mereka dengan cara membuat story di WhatsApp pribadi mereka masing masing. Kami membimbing mereka untuk mulai menggunakan media sosial lainnya sebagai wadah untuk mereka mempromosikan usaha mereka, seperti Shopee Food dan Go-Food. Dan banyak dari UMKM di Kecamatan Rungkut Tengah yang tertarik akan hal tersebut.

Saran dari kami Kelompok 90 KKN Tematik agar UMKm yang ada di Kecamatan Rungkut Tengah ini mendapat lebih banyak pelatihan Digital Marketing. Hal ini dikarenakan untuk menunjang pemahaman akan Digital Marketing di jaman Sekarang ini, serta praktik langsung dalam pembuatan maupun penggunaan sosial media secara optimal untuk peningkatan usaha mereka nantinya.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ungkapan terima kasih ditujukan kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi terhadap acara ini yaitu dari Lurah beserta jajaran Kelurahan Rungkut Tengah dan Pengurus Paguyuban UMKM di Kelurahan Rungkut Tengah dalam membimbing dan membantu kami dalam mengembangkan UMKM melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini. Dan tak lupa juga, ungkapan terima kasih ditujukan untuk seluruh Pelaku UMKM di Kelurahan Rungkut tengah atas kerja sama dan antusiasmenya untuk berkembang bersama-sama melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kepada Bapak Praja Firdaus Nuryananda,S.Hub.Int., M.Hub.Int., selaku dosen pembimbing lapangan terima kasih atas bimbingan serta arahan di setiap pelaksanaan program pengabdian masyarakat di lapangan.

## PUSTAKA

- Aryanti, D., Herawati, M., Firjatullah, N. F., Juhaida, I. S., Latifah, A., & Kurniawan, K. S. (2022). ANALISIS PENGARUH WAKTU UPLOAD KONTEN TERHADAP ENGAGEMENT AKUN MEDIA SOSIAL. *The Journal Gastronomy Tourism*, 6(1).
- Kelana, I. (2022, Maret 8). PENTINGNYA DIGITAL MARKETING DALAM STRATEGI PEMASARAN DI ERA DIGITAL [Republika.co.id]. <https://republika.co.id/berita/r8f8d3374/pentingnya-digital-marketing-dalam-strategi-pemasaran-di-era-digital>
- Septian, F., Syaripudin, A., Punkastyo, D. A., & Nugroho, F. A. (2021). SOSIALISASI DAN PELATIHAN DIGITAL MARKETING BAGI UMKM DAN PEMUDA KARANG TARUNA CILANDAK BARAT. *JAMAICA: Jurnal Abdi Masyarakat Program Studi Teknik Informatika*, 2(1), 72–80.
- Solihin, D., Ahyani, A., Karolina, K., Pricilla, L., & Octaviani, I. S. (2021). PELATIHAN PEMASARAN ONLINE BERBASIS DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN BISNIS ONLINE PADA UMKM DI DESA CICALENGKA KECAMATAN PAGEDANGAN KABUPATEN TANGERANG. *DEDIKASI PKM*, 2(3), 307. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v2i3.10726>
- Woelandari, D. S., & Setyawati, N. W. (2019). SOSIALISASI DAN PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS DIGITAL DENGAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK DAN INSTAGRAM BAGI INDUSTRI RUMAHAN DI RT 005/RW 001, KEL. MARGA MULYA, KEC. BEKASI UTARA, KOTA BEKASI. SEMINAR SANTIKA, Bekasi.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). PEMBUATAN CONTENT MARKETING SEBAGAI STRATEGI MENUMBUHKAN BRAND AWARENESS BAGI PELAKU USAHA DI ERA PANDEMI COVID-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89–96. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i2.38>