

**Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Nasi Ayam Geprek +62,
Nasi Goreng Jawa, Pisang Keju Suka Suka, di Jl. Randu Asri RT 03 RW 02 Sidokerto,
Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo.**

Nova Natalia Fitri Anggreani

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,

novanatalia2611@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi saat ini membuat perilaku konsumen berubah ke arah serba online yang perlu dipahami dan di terapkan dengan baik oleh pelaku UMKM untuk dijadikan peluang. Dimana teknologi dan internet sedemikian maju dan hampir semua orang telah terhubung oleh internet. sehingga kegiatan pemasaran juga perlu mengalami perubahan menjadi digital marketing. Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia (Mustika, 2019). Digital marketing biasanya terdiri atas pemasaran interaktif dan terpadu untuk memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen. Progam KKN (Kuliah Kerja Nyata) Reguler tahun ini memiliki tema "Kebangkitan Ekonomi Kerakyatan Di Era Endemi". Dengan adanya KKN ini diharapkan mampu menerapkan strategi digital marketing untuk mengembangkan UMKM yang berada di Jl. Randu Asri RT 03 RW 02 Sidokerto, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo. UMKM yang dipilih yaitu Nasi Ayam Geprek +62, Nasi Goreng Jawa, Pisang Coklat. Luaran yang akan dihasilkan yaitu Video, Media Masa, Artikel Ilmiah, Model atau Purwarupa, Karya Desain dan Mitra Produktif. Dengan beberapa hasil ini, di harapkan UMKM Nasi Ayam Geprek +62 lebih berkembang dan peningkatan penjualan.

Kata kunci: Perkembangan Teknologi, Digital Marketing, KKN, UMKM

Pendahuluan

Pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor yang terdampak karena masa pandemi Covid-19. Tidak sedikit usaha yang jatuh karena lesunya roda perekonomian selama berbulan-bulan. UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja, dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana. (Ananda & Susilowati, 2019). Saat ini Indonesia menuju ke Era Endemi, pemerintah mengharapkan semua sektor dapat mengalami peningkatan termasuk UMKM. Strategi UMKM di masa Endemi sangat penting demi kelangsungan suatu usaha. Di tengah kondisi saat ini, semua berjuang bersama untuk dapat bertahan dan beradaptasi dalam menjalankan kehidupan di masa Endemi serta melakukan perubahan-perubahan untuk peningkatan kebangkitan ekonomi pada UMKM.

Pemanfaatan digital marketing memberikan harapan baru bagi UMKM untuk bertahan di tengah pandemi dan berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi karena era digital memang tidak dapat dihindari. Pengembangan media promosi berbasis online dengan menggandeng layanan pembelian berbasis aplikasi. Perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara online pula. Ini tentu memudahkan transaksi di tengah kebijakan masa pandemi yang membatasi interaksi langsung antar

pedagang dan pembeli. Berikut ini beberapa strategi digital marketing yang bisa dilakukan oleh UMKM yaitu pemanfaatan sosial media dan pemanfaatan marketplace.

Berdasarkan hasil survey, pelaksanaan KKN di adakan di Jl. Randu Asri RT 03 RW 02, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo pada UMKM Nasi Ayam Geprek +62. Nasi Ayam Geprek +62, Nasi Goreng Jawa dan Pisang Coklat. Memiliki rasa yang khas dan enak sehingga banyak orang yang menyukainya namun penjualan masih dilakukan secara konvensional dan tidak memanfaatkan digital marketing. Sehingga saat adanya pandemi penjualan menurun drastis dan sampai sekarang bisa bertahan namun belum ada perubahan yang signifikan. Oleh karena itu, pelaksanaan KKN beberapa UMKM diharapkan dapat bangkit dan semakin banyak pelanggannya.

Pokok Permasalahan

Penemuan masalah dalam UMKM di daerah Jl. Randu Asri RT 03 RW 02 Sidokerto, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo Sebagai berikut :

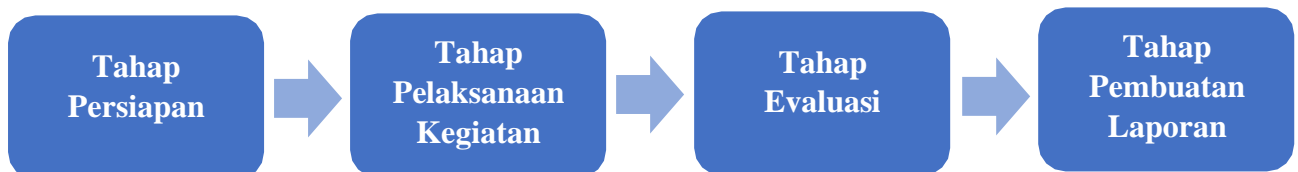
1. Pelaku UMKM masih menggunakan penjualan secara konvensional
2. Pelaku UMKM belum memiliki legalitas usaha
3. Pelaku UMKM belum mengetahui cara strategi digital marketing
4. Pelaku UMKM kurang nya memakai packaging yang menarik pelanggan

Tujuan

Adapun tujuan dalam kegiatan Kerja Kuliah Nyata (KKN) sebagai berikut :

1. Mengetahui cara memasarkan produk secara Online atau Digital
2. Meningkatkan pendapatan dan pemasukan
3. Memperbaiki karya desain atau produk yang dapat menarik pelanggan

Metode



Tahap-Tahap Pengabdian Masyarakat :

1. Tahap Persiapan
Tahap persiapan adalah tahap awal sebelum pelaksanaan kegiatan. Dalam tahap ini ada beberapa hal yang dilakukan yaitu :
 - a. Survei : Identifikasi permasalahan yang ada di Desa, berkonsultasi dengan Ketua RT.
 - b. Persetujuan mitra : Memilih beberapa mitra dan meminta persetujuan untuk dilakukan kegiatan KKN ditempat usahanya.
 - c. Pembuatan proposal : Terdapat tujuan dan maksud kegiatan KKN serta rangkaian kegiatan.
2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan
Kegiatan dilaksanakan di Jl. Randu Asri RT 03 RW 03 Sidokerto, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo. Adapun pelaksanaan yang dilakukan

No	Nama Kegiatan	Hari											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Pembukaan buku rekening												
2	Pembuatan logo dan desain												
3	Pendaftaran Mitra Go-Food, Grab-Food dan Shopee Food												
4	Mencetak banner dan daftar menu, stiker												
6	Memasang banner dan daftar menu												
7	Pembelian packaging dan stiker												
8	Membuat legalitas usaha												
9	Memberikan lembarpenilaian kepada pelanggan (quisoner)												
dst													

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan memberi kuisoner kepada pelanggan, serta melakukan wawancara kepada setia mitra.

4. Tahap Pembuatan Laporan

Pada tahap akhir dibuat laporan kegiatan KKN tentang penerapan strategi digital marketing Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Nasi Ayam Geprek +62, Nasi Goreng Jawa, Pisang Keju Suka Suka, Di Jl. Randu Asri Rt 03 Rw 02 Sidokerto, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo.

Hasil Dan Pembahasan

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari kegiatan KKN, dapat dilihat sebagai berikut :

1. Mitra sudah memiliki rekening yang digunakan untuk mendaftar le marketplace
2. Mitra mempunyai Logo sebagai identitas UMKM sehingga muah dikenal masyarakat dan menambah daya tarik konsumen

3. Setiap mitra sudah terdaftar di Marketplace seperti Go-Food, Grab-Food dan Shopee Food.
4. Mitra mempunyai banner dan daftar menu. Hal ini bertujuan untuk menambah daya tarik, sebagai alat promosi, menunjukkan pilihan makanan dan minuman.
5. Mempunyai stiker yang ditempel pada packaging yang baru sehingga tampilan lebih menarik.
6. Mempunyai surat izin usaha yang di sahkan oleh ketua RT dan Ketua RW, sebagai sarana perlindungan hukum serta menunjang perkembangan usaha.

Dokumentasi:



Kesimpulan

Kegiatan KKN sudah dilaksanakan di Jl. Randu Asri RT 03 RW 02 Sidokerto, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo. Dengan melaksanakan serangkaian kegiatan guna mengembangkan ke-3 UMKM tersebut, yaitu Nasi Geprek +62, Nasi Goreng Jawa dan Pisnag Keju Suka Suka.

Hasil yang telah dicapai yaitu terdaftar di marketplace yang dapat diakses semua orang, sehingga semakin banyak orang yang mengetahui UMKM tersebut. Banner serta packaging yang baru dan bagus, sehingga dapat menarik pelanggan. Serta inovasi menu yang dapat menambah citra rasa baru untuk pelanggan.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus atas segala limpahan Berkah dan Kasih-Nya, sehingga kegiatan Kuliah Kerja Nyata dapat terselesaikan dengan baik. Serta penulisan artikel KKN ini dapat terselesaikan yang digunakan untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Artikel ini merupakan hasil kegiatan KKN yang sudah dijalankan selama 12 hari pada UMKM Nasi Geprek +62, Nasi Goreng Jawa dan Pisang Keju Suka Suka. Selama penulisan kegiatan KKN ini, penulis mendapat banyak dukungan dan bantuan dari beberapa pihak, untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ayun Maduwinarti, M.P., selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M., selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis
3. Drs. Agung Pudjianto, M.M., selaku Dosen Wali.
4. Dra. Noorshanti Sumarah M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Lapangan.
5. Bapak Mahmud Hari Nurdi, selaku Ketua RT.
6. Bapak Sutikno, selaku Ketua RW.
7. Sdr. Bryan Nafiri, selaku Mitra Nasi Ayam Geprek +62.
8. Ibu Endang, selaku Mitra Nasi Goreng Jawa.
9. Ibu Nurul, selaku Mitra Pisang keju Suka-Suka.

Artikel ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan, baik berupa cara penulisan, maupun tata bahasa. Penulis mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan artikel agar menjadi lebih sempurna. Terima Kasih.

Daftar Pustaka

- Binar Academy. 2022 Cara Belajar Digital Marketing Untuk Pemula dan Langkahnya. <https://www.binaracademy.com/blog/belajar-digital-marketing-untuk-pemula>. Online
- Khiyaroh. 2022. Marketplace Menjadi Pilihan UMKM Saat Pandemi. <http://iai-tabah.ac.id/marketplace-menjadi-pilihan-umkm-saat-pandemi/>. Online
- Narulita, L. F. (2018). Pengaruh Proses Stemming Pada Kinerja Analisa Sentimen Pada Review Buku. *JHP17: Jurnal Hasil Penelitian*, 3(01).