

## PENYULUHAN PERAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN ANGKRINGAN SKUTERLABS DESA SUKASARI KECAMATAN SERANG BARU

Etty Zuliawati Zed<sup>1</sup>, Muhammad Avicenna Fitters<sup>2</sup>, Dimas Jaya Diningrat<sup>3</sup>, Reza Irawan<sup>4</sup>, Fikri Al Munawar<sup>5</sup>, Wendy Apri Wiliyanto<sup>6</sup>, Dendy Saputra<sup>7</sup>  
[ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id](mailto:ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id)<sup>1</sup>, [avicenna.fitters10@gmail.com](mailto:avicenna.fitters10@gmail.com)<sup>2</sup>, [dimasjd86@gmail.com](mailto:dimasjd86@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[irawanreza115@gmail.com](mailto:irawanreza115@gmail.com)<sup>4</sup>, [fikrialmunawar290@gmail.com](mailto:fikrialmunawar290@gmail.com)<sup>5</sup>, [wendywiliyanto4@gmail.com](mailto:wendywiliyanto4@gmail.com)<sup>6</sup>,  
[raedendy14@gmail.com](mailto:raedendy14@gmail.com)<sup>7</sup>

Universitas Pelita Bangsa

### ABSTRAK

Pengabdian masyarakat ini pada dasarnya bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pembimbingan kepada pelaku UMKM Angkringan Sekuterlabs di Kelurahan Sukasari agar dapat berinovasi pada sistem pemasaran angkringan yang masih bersifat tradisional dan rendahnya penguasaan teknologi informasi dalam pemasaran. Berdasarkan permasalahan tersebut, sekiranya pelaku usaha membutuhkan pengetahuan mengenai manajemen usaha dan konsep komersialisasi produk khususnya yang berkaitan dengan pemasaran menggunakan teknologi informasi. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu berupa penyuluhan/sosialisasi tentang pemasaran serta pelatihan dan pendampingan proses digitalisasi pemasaran/digital marketing melalui marketplace/sosial media. Melalui kegiatan ini, pelaku usaha diharapkan mampu mengelola usahanya menjadi lebih baik dan dapat memperluas pangsa pasar sehingga dapat mendukung perkembangan dan kemajuan usaha yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan bagi pelaku usaha UMKM Angkringan Skuterlabs.

**Kata Kunci:** Teknologi, Pemasaran, Digital Marketing.

### ABSTRACT

*This community service basically aims to provide training and guidance to the MSME actors of Angkringan Sekuterlabs in Sukasari Village so that they can innovate in the angkringan marketing system which is still traditional and has low mastery of information technology in marketing. Based on these problems, business actors need knowledge about business management and product commercialization concepts, especially those related to marketing using information technology. The method for implementing community service activities is in the form of counseling/socialization about marketing as well as training and assistance in the marketing digitalization process/digital marketing through the marketplace/social media. Through this activity, business actors are expected to be able to manage their businesses better and expand their market share so that they can support business development and progress which ultimately can increase income for the Angkringan Skuterlabs MSME business actors.*

**Keywords:** Technology, Marketing, Digital Marketing.

### PENDAHULUAN

Kemajuan akan perkembangan teknologi yang terjadi saat ini dimasyarakat adalah suatu proses yang tidak dapat kita hindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi yang terjadi berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan nilai manfaat yang positif dan memberikan banyak kemudahan bagi para pengguna, serta sebagai cara baru atau sebuah aplikasi berbasis teknologi dalam melakukan aktifitas didalam kehidupan manusia. Manfaat teknologi berbasis internet semakin sangat terasa bagi para pengguna yang tidak bisa lepas dari dunia internet, seperti misalnya para pengguna yang memanfaatkan aplikasi internet ini sebagai sarana dan prasarana kegiatan di media sosial misalnya pemberi informasi perjalanan, marketplaces, blogger dan juga toko online sangat berpengaruh dan tergantung pada internet khususnya pada masa pademi covid-19. Berdasarkan total populasi Indonesia yang

berjumlah 274,9 juta jiwa, maka itu artinya 73,7% penduduk Indonesia telah merasakan akses dunia maya.

Dalam hal ini informasi melalui media sosial merupakan suatu sarana digital marketing yang paling mudah untuk dimanfaatkan dan dijalankan. Sebelum sebuah usaha memiliki akun dimedia sosial, tidak jarang kita dapat melakukan transaksi pembelian barang secara offline dimana pembeli datang langsung ke toko, kehadiran dunia digital ini dapat membantu dan merubah cara bertransaksi masyarakat untuk menggunakan aplikasi digital marketing melalui sosial media. Hal ini dapat menjadi stimulan perkembangan kewirausahawanan dan keberlangsungan UMKM. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya keahlian khusus dalam memulai kegiatan untuk menjaring calon konsumen.(Febriyantoro & Arisandi, 2018)

Digital marketing yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen. Di satu sisi, digital marketing memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya (Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, 2017)

Para pelaku UKM seharusnya juga sudah mulai memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UKM tersebut.

Salah satu platform media digital yang bisa digunakan oleh para UMKM dalam meningkatkan pemasaran produknya adalah Google Bisnisku. Google Bisnisku sendiri merupakan alat gratis yang dapat digunakan untuk membantu mengelola kemunculan bisnis para pelaku UKM di berbagai produk Google, seperti di Maps dan penelusuran. Jika pelaku UKM menjalankan bisnis yang melayani pelanggan di lokasi tertentu, atau melayani pelanggan di area layanan yang ditentukan, Google Bisnisku dapat membantu orang lain menemukan bisnis UKM tersebut. Bisnis yang telah diverifikasi di Google berpeluang dua kali lebih besar untuk dianggap sebagai bisnis bereputasi baik oleh pengguna. Sehingga pelanggan dapat dengan mudah menemukan tempat, produk maupun layanan yang disediakan oleh para pelaku UKM.

## **METODE PENELITIAN**

Metode pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan untuk mengatasi permasalahan adalah sebagai berikut :

### **a) Penyuluhan**

Materi penyuluhan dalam kegiatan ini adalah bagaimana cara membuat aplikasi/akun google bisnis yang bisa memiliki rating share tinggi. Tujuan penyuluhan ini adalah memberikan wawasan baru kepada pelaku UMKM Warung Angkringan Skuterlabs. Penyuluhan ini disampaikan dalam bentuk ceramah dan tanya jawab kepada karyawan.

### **b) Pelatihan**

Materi pelatihan adalah bagaimana cara akun google bisnisku. Dalam hal ini kegiatan ini bertujuan untuk memberikan keterampilan tentang cara mengelola akun google bisnisku agar mudah ditelusuri pengguna media sosial dalam mencari berbagai jenis makanan. Pelatihan ini disampaikan dalam bentuk penjelasan dan praktek secara terperinci serta adanya tanya jawab.

### **c) Prosedur kegiatan**

Kegiatan pengabdian ini meliputi:

- 1) Koordinasi dengan mitra, terkait dengan penyusunan jadwal kegiatan;
- 2) Persiapan penyuluhan dan pelatihan;

- 3) Penyuluhan tentang kewirausahaan;
- 4) Penyuluhan tentang pemasaran;
- 5) Pelatihan menggunakan digital marketing google bisnisku;

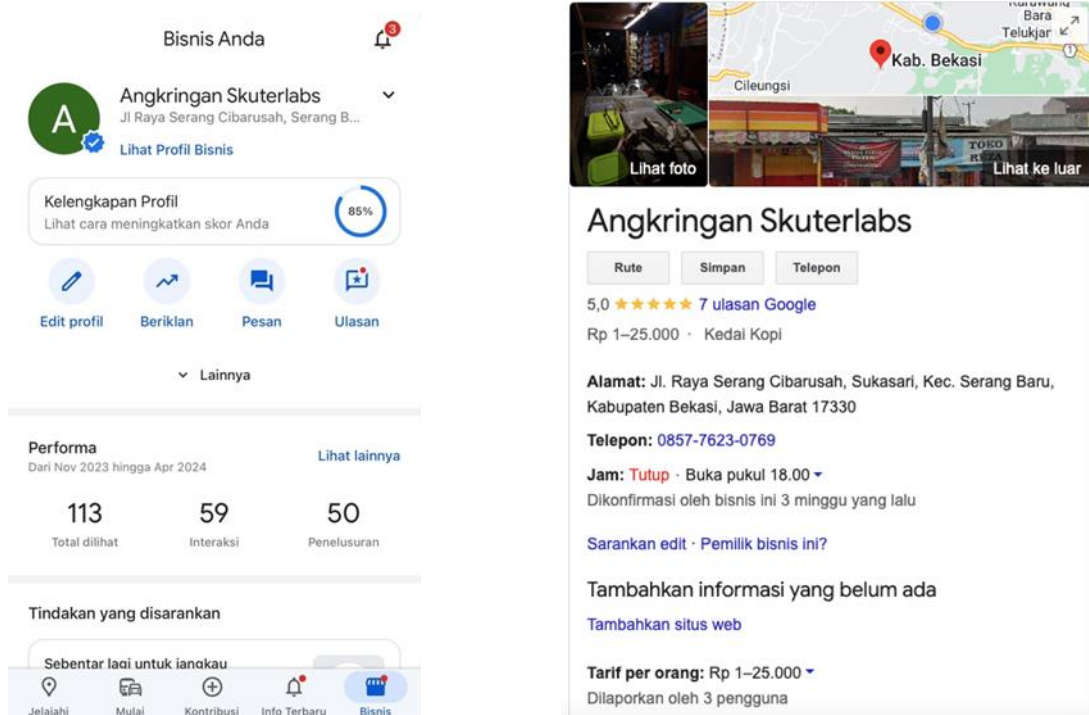
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaan kegiatan selain diberi materi tentang ilmu pemasaran dan digital marketing dengan metode ceramah, diskusi dan tanya-jawab, Pelaku UMKM warung angkringan skuterlabs juga mempraktekkan bagaimana membuat google bisnisku, dan tatacara menaikkan rating share misalnya untuk produk-produk makanan yang dijual. Digital marketing diperlukan untuk memperluas promosi semua produk yang ditawarkan oleh warung angkringan skuterlabs sehingga dapat menaikkan income dan mengundang lebih banyak lagi konsumen yang memesan.

Adapun pengertian digital marketing Menurut Urban (2004:2) adalah menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. Definisi ini berkonsentrasi pada seluruh marketing tradisional. Kita juga dapat menyatakan bahwa pendapat seperti “interactive marketing”, one-to-one marketing dan “e-marketing” erat kaitannya dengan “digital marketing”.

Sementara aplikasi atau akun google bisnisku merupakan fitur gratis yang mudah digunakan oleh bisnis dan organisasi untuk mengelola kehadiran online mereka di Google, termasuk di Penelusuran dan Maps. Dengan memverifikasi dan mengedit informasi bisnis, pelaku usaha dapat membantu pelanggan menemukan dirinya dan menceritakan kisah bisnisnya kepada mereka.

Bentuk dari google bisnisku yang dihasilkan adalah sebagai berikut:



## KESIMPULAN

Pelaksanaan program pemberian dan keterampilan dalam mengelola pemasaran sebuah perusahaan terutama dalam digital marketing bagi pelaku UMKM Warung Angkringan Skuterlabs di Desa Sukasari Kecamatan Serang Baru Kabupaten Bekasi berjalan dengan baik. Dengan adanya kendala atau permasalahan terkait pemasaran bagi

pelaku UMKM Warung Angkringan Skuterlabs dapat diselesaikan dengan adanya kegiatan “Penyuluhan Peran Digital Marketing” yang dimana dapat diimplementasikan dan diterapkan melalui sosialisasi dengan tema “UMKM, Digital Marketing” dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dari kemampuan yang dimiliki oleh pelaku UMKM Warung Angkringan Skuterlabs agar lebih unggul dan berkembang dalam proses pemasaran secara digital.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ascharisa Mettasatya Afrilia<sup>1</sup>. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurkom, Riset Komunikasi*, 1(1), 147–157.
- Purwana ESD, Rahmi, Aditya S. 2017. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *JPMM*. 1(1). doi : [doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01](https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01).
- Wardana, Aditya. 2018. Strategi Digital marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM Di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional: Forum Keuangan dan Bisnis IV, Th 2015*. ISBN : 978-602-17225-4-1.
- Naimah, Rahmatul Jannatin, et al. (2020). "Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM." *Jurnal IMPACT: Implementation and Action* 2.2: 119-130.