

Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Marketing dan Branding pada UMKM

Taufiq Rizaldi^{#1}, Hermawan Arief Putranto^{*2}

^{#*}Jurusan Teknologi Informasi Politeknik Negeri Jember
Jalan Mastrip POBOX 164 Jember

¹taufiq_r@polije.ac.id

²hermawan@polije.ac.id

Abstract

One of the effects of information technology development in the business world is the use of digital marketing to support marketing and branding in a business. The advantages of using digital marketing can be outside the marketing area of a product or business, besides that it can increase the selling value of the product or business through branding. Based on this, the service team held an activity: "Implementation of Digital Marketing as a Marketing and Branding Strategy in MSMEs in the Summersari sub-district". Through the service activities carried out, it is expected that partners can increase the marketing and branding of their products.

Keywords—Ads, Branding, Digital Marketing, SEO

I. PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan usaha yang secara langsung berhubungan dengan konsumen [1]. Branding adalah sebuah aktifitas komunikasi perusahaan terhadap publik untuk memperkenalkan suatu brand perusahaan dengan perencanaan yang matang guna membangun atau memperbesar brand tersebut [2]. Kegiatan Branding lebih menitikberatkan pada aktifitas komunikasi antara perusahaan dengan konsumen dimana target utama branding adalah terciptanya sebuah image/reputasi yang baik atau sesuai dengan visi misi perusahaan di mata konsumen. Perkembangan Teknologi Informasi saat ini berkembang sangat pesat, khususnya perkembangan dari teknologi internet yang keberadaannya memberikan dampak dan perubahan pada berbagai aspek dalam kehidupan sehari – hari, salah satunya adalah pada kegiatan usaha termasuk kegiatan marketing dan branding [3]. *Digital Marketing* atau pemasaran digital merupakan suatu bentuk usaha mempromosikan dan memasarkan sebuah merek “brand” dengan menggunakan media digital, seperti internet.

Hantaran Jember merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang jasa pembuatan dan hias seserahan serta hantaran untuk prosesi lamaran dan pernikahan. Usaha kreatif tersebut merupakan salah satu usaha yang memiliki potensi besar yang dibuktikan dengan adanya Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor : Kep. 38/ MEN/ II /2008 tentang Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional

Sektor Jasa Kemasyarakatan dan Perorangan Sub Sektor Jasa Keterampilan Hantaran [4]. Akan tetapi besarnya potensi pengembangan usaha tersebut tidak diikuti dengan proses marketing atau pemasaran dan branding yang optimal, dimana proses pemasarannya masih melalui satu komunitas ke komunitas yang lain sehingga persebaran informasinya masih terbatas, sedangkan proses branding masih terkendala dengan informasi yang minim tentang proses branding dan persepsi bahwa harga branding selalu mahal sehingga tidak terjangkau oleh UMKM.

Penerapan *Digital Marketing* sebagai strategi marketing dan branding yang meliputi pemanfaat SEO, *Adsword* dan *ads*, merupakan salah satu solusi pada proses marketing dan branding agar lebih optimal sehingga dapat mengembangkan potensi usaha dari UMKM tersebut. Berdasarkan permasalahan tersebut maka diadakanlah pengabdian masyarakat dengan judul kegiatan : Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Marketing dan Branding Pada UMKM di Kecamatan Summersari.

II. TARGET DAN LUARAN

Pada bagian ini akan dijabarkan target dan luaran dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan.

A. Terhadap Mitra

Dari pelaksanaan pengabdian yang dilaksanakan akan meningkatkan pemasaran dan branding, selain itu mitra akan mempunyai pemahaman yang baik terhadap digital

marketing yang dapat diterapkan untuk usahanya. Dengan meningkatkan pangsa pasar produk, diharapkan mitra bisa semakin berkembang, semakin luasnya pemasaran juga akan berdampak semakin banyaknya tenaga kerja yang akan terserap oleh industri kecil yang dijalankan oleh mitra. Sehingga dapat disimpulkan akhir dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini akan menghasilkan target luaran: landing page, SEO, Ads..

B. Terhadap Tim Pengabdian

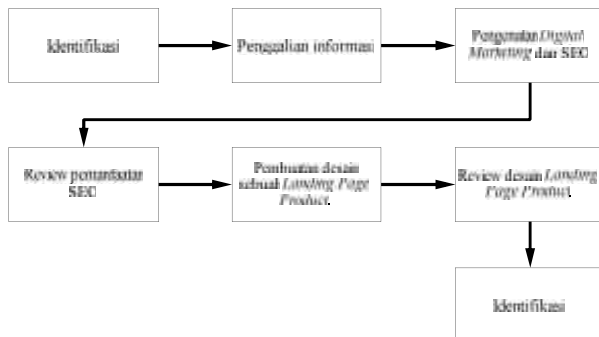
Pelaksanaan pengabdian terhadap masyarakat ini dapat menjadi upaya transfer teknologi dan transfer informasi terhadap masyarakat. Teknologi dan informasi yang diberikan masyarakat diupayakan merupakan teknologi dan informasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Tim memberikan informasi tentang besarnya peluang bisnis pada jaringan internet. Penjelasan terhadap strategi pemasaran menggunakan jaringan internet terhadap mitra akan memberikan banyak wawasan tentang cara untuk meningkatkan pangsa pasar mitra dan memberikan wawasan tentang strategi digital marketing yang sesuai dengan produk yang dihasilkan mitra.

C. Terhadap Masyarakat

Target luaran pelaksanaan pengabdian masyarakat terhadap masyarakat luas adalah akan meningkatkan taraf perekonomian masyarakat sekitar. Hal ini terjadi karena mitra yang ada di masyarakat dapat berkembang sehingga akan menyerap banyak tenaga kerja. Meningkatnya pendapatan masyarakat ini diharapkan akan memperbaiki kualitas hidup masyarakat. Dengan penurunan jumlah pengangguran diharapkan akan berdampak pada perbaikan perekonomian nasional.

III. METODE PELAKSANAAN

Semua baris pertama pada permulaan paragraf harus diformat menjorok ke dalam, dengan format rata kiri dan kanan (*justified*). Metode Pelaksanaan akan dilakukan dalam beberapa tahap seperti yang digambarkan pada gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan.

A. Identifikasi dan Analisis Situasi

Pada tahap ini dilakukan pengalihan informasi untuk mengetahui apakah mitra sudah pernah menggunakan digital marketing.

B. Pendampingan dan Penggalan Informasi

Proses pendampingan untuk menggali informasi produk yang akan dijual, hal ini dilakukan agar mitra dapat menampilkan foto produk yang akan dipasarkan pada jaringan internet dengan lebih menarik, sehingga calon konsumen lebih tertarik terhadap produk yang dijual.

C. Review Pemanfaatan SEO

Proses identifikasi masalah merupakan tahapan awal untuk mengetahui tingkat pemahaman mitra terhadap digital marketing.

D. Pengenalan Digital Marketing dan SEO

Pada tahap ini dilakukan evaluasi hasil penerapan SEO untuk mendukung proses marketing mitra dengan target hasil pemanfaatan SEO hasil pencarian dengan keyword mitra berada pada halaman pertama hasil pencarian google.

E. Pembuatan Desain Landing Page Produk

Pembuatan desain landing page bertujuan untuk mendukung proses marketing dan branding dari mitra.

F. Review Desain Landing Page Produk

Pada tahapan ini dilakukan review desain landing page yang telah dibuat.

G. Monitoring

Monitoring dari tim pelaksana terhadap hasil pelatihan

IV. KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

Tim pelaksana pengabdian merupakan staf pengajar di Jurusan Teknologi Informasi Politeknik Negeri Jember. Baik ketua maupun kedua anggota tim pelaksana pengabdian telah menyandang gelar S2 dengan bidang ilmu yang linier dengan gelar kesarjanaannya dibidang yang serumpun yaitu Teknologi Informasi. Jenjang pendidikan dan kompetensi yang dimiliki tim pelaksana pengabdian merupakan modal penting untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yang diusulkan dan dibantu oleh mahasiswa dari jurusan teknologi informasi.

Disamping kompetensi dan jenjang pendidikan bergelar yang dimiliki oleh tim pelaksana pengabdian, sejumlah pelatihan dan seminar juga pernah diikuti oleh personil tim. Pelatihan dan seminar yang relevan dengan kegiatan pengabdian yang diusulkan diantaranya : pelatihan digital marketing, SEO, dan sebagainya. Pengalaman dalam

melaksanakan berbagai kegiatan pengabdian, baik yang dilaksanakan dengan sumber dana mandiri maupun dana hibah pengabdian, juga menjadi kekuatan tim pelaksana untuk dapat melaksanakan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang diusulkan. Tabel 1 merupakan kepakaran dan peran dari tim pengabdian.

TABEL I
KEPAKARAN DAN PERAN TIM PENDUKUNG

TIM	Nama	NIM / NIP	Kepakaran / Peran
Ketua	Taufiq Rizaldi, S.ST, M.T.	19890329 201503 1 001	Teknik Informatika dan Sistem Aplikasi / Implementasi Desain Landing Page
Anggota	Hermawan Arif, S.T., M.T.	19830109 201703 1 001	Teknik Informatika dan Digital Marketing / Digital Marketing
Tenaga Pendukung	Zainal Abidin	E31160690	Manajemen Informatika / Teknisi
Tenaga Pendukung	Putri Oktavia Gupitasari	E31161259	Manajemen Informatika / Teknisi

V. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

A. Identifikasi dan Analisis Situasi

Pada tahapan identifikasi ini dilakukan wawancara dengan pemilik Hantaran Jember yaitu ibu Evie Yulianing Hasan membahas mengenai permasalahan dan informasi yang berkaitan dengan digital marketing.

B. Pendampingan dan Penggalian Informasi

Proses pendampingan untuk menggali informasi yang nantinya akan berkaitan dengan desain landing page yang akan dibuat dan informasi yang berkaitan dengan pemilihan keyword untuk mendukung SEO.

C. Review Pemanfaatan SEO

Proses ini menghasilkan informasi tentang pemahaman pemilik terhadap SEO dan pengelompokan keyword untuk SEO.

D. Pengenalan Digital Marketing dan SEO

Hasil dari pengenalan *Digital Marketing* dan SEO seperti yang ditampilkan pada gambar 2 dan 3.



Gambar 2. Penerapan SEO pada halaman Page Official.



Gambar 3. Hasil Penerapan SEO pada pencarian di Search Engine.

E. Pembuatan Desain Landing Page Produk

Hasil dari pembuatan landing page seperti yang ditampilkan pada gambar 4-6.



Gambar 4. Hasil Penerapan SEO pada pencarian di Search Engine.



Gambar 5. Hasil Penerapan SEO pada pencarian di Search Engine.



Gambar 6. Hasil Penerapan SEO pada pencarian di Search Engine.

F. Review Desain Landing Page Produk

Hasil dari review *landing page* seperti yang telah ditunjukkan pada gambar 4-6 dapat ditarik kesimpulan telah sesuai dengan kebutuhan mitra.

G. Monitoring

Monitoring kegiatan pengabdian tidak berhenti sampai kegiatan pengabdian, akan tetapi akan dilaksanakan proses pemantauan terhadap situs secara online dan melayani pertanyaan mitra jika terjadi permasalahan.

VI. KESIMPULAN

Hasil yang dicapai dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut : Hasil pengabdian masyarakat dengan judul Pelatihan Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Marketing dan Branding Pada UMKM di Kecamatan Sumpalsari dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian ini merupakan salah satu untuk meningkatkan pemasaran dan branding sehingga dapat meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan *digital marketing*.

Beberapa saran untuk mencapai tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah : Penerapan digital marketing melalui landing page dan SEO masih dapat ditingkatkan lagi dengan memanfaatkan media social yang saat ini sedang menjamur. Harapannya dengan menggunakan strategi pemasaran dan branding yang berbeda pihak mitra dapat memasarkan produknya secara lebih maksimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian kepada masyarakat menyampaikan ucapan terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Negeri Jember yang telah mendanai proses kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, serta kepada Hantran Jember yang telah bersedia menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia. 2008.
- [2] Zenker, Sebastian, Nicole Martin. 2011. Measuring success in place marketing and branding. Place Branding and Public Diplomacy Volume 7, Issue 1. Palgrave Macmillan UK
- [3] Rizaldi, T, Putranto. H.A. 2017. Pemanfaatan E-Commerce sebagai Strategi Peningkatan Pemasaran UMKM. Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat 2017 Politeknik Negeri Jember.
- [4] Kep. 38/ MEN/ II /2008 tentang Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Sektor Jasa Kemasyarakatan dan Perorangan Sub Sektor Jasa Keterampilan Hantaran. Jakarta.