

Pengaruh Penerapan Digital Marketing Untuk Peningkatan Pendapatan UMKM Sekar Handycraft

Agung Triayudi¹, Mesran^{2,*}, Suginam³, Joli Afriany⁴, Fifto Nugroho⁵

¹Fakultas Teknologi dan Informatika, Prodi Informatika, Universitas Nasional, Jakarta, Indonesia

²Prodi Teknik Informatika, Universitas Budi Darma, Medan, Indonesia

³Prodi Manajemen Retail, Universitas Budi Darma, Medan, Indonesia

⁴Prodi Manajemen, Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara, Medan, Indonesia

⁵Program Studi Sistem Komputer, Universitas Bung Karno, Jakarta, Indonesia

Email: ¹agungtriyudi@civitas.unas.ac.id, ^{2,*}mesran.skom.mkom@gmail.com, ³suginam.icha@gmail.com,

⁴joliafriani@gmail.com, ⁵fiftonugroho@ubk.ac.id

Email Penulis Korespondensi: mesran.skom.mkom@gmail.com

Abstrak-Dalam era digitalisasi saat ini, penerapan strategi pemasaran yang efektif menjadi krusial bagi pertumbuhan UMKM. Sekar Handycraft sebagai contoh UMKM di sektor kerajinan tangan menghadapi tantangan dalam meningkatkan visibilitas dan akses pasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap pelanggan Sekar Handycraft yang melibatkan pengumpulan data melalui kuesioner. Analisis regresi linier digunakan untuk mengukur hubungan antara penerapan digital marketing dan peningkatan pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan digital marketing memiliki dampak positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM Sekar Handycraft. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi digital marketing, termasuk pemanfaatan media sosial, situs web, dan platform e-commerce, dapat meningkatkan eksposur produk serta memperluas jangkauan pasar bagi UMKM. Dalam konteks persaingan global, adaptasi terhadap alat-alat pemasaran digital menjadi suatu keharusan bagi UMKM agar tetap relevan dan berkelanjutan. Penelitian ini memberikan pandangan mendalam tentang pentingnya transformasi digital dalam mengembangkan UMKM dan memberikan panduan bagi pelaku usaha sejenis untuk mengoptimalkan penggunaan platform digital guna meningkatkan pendapatan. Namun, aspek seperti kemampuan akses teknologi dan pemahaman pemasaran digital juga perlu diperhatikan agar manfaat penuh dari strategi ini dapat diwujudkan.

Kata Kunci: Digital Marketing; UMKM; Peningkatan Pendapatan

Abstract-In today's era of digitalization, the implementation of effective marketing strategies becomes crucial for the growth of Small and Medium-sized Enterprises (SMEs). Sekar Handycraft, as an example of an SME in the handicraft sector, faces challenges in enhancing visibility and market access. This research utilizes a quantitative approach with a survey method involving data collection through questionnaires from Sekar Handycraft customers. Linear regression analysis is employed to measure the relationship between the implementation of digital marketing and income improvement. The research results indicate that the implementation of digital marketing has a positive and significant impact on the income improvement of Sekar Handycraft as an SME. These findings suggest that digital marketing strategies, including the utilization of social media, websites, and e-commerce platforms, can enhance product exposure and expand market reach for SMEs. In the context of global competition, adapting to digital marketing tools becomes a necessity for SMEs to remain relevant and sustainable. This research provides insights into the importance of digital transformation in SME development and offers guidance to similar businesses on optimizing the use of digital platforms to boost income. However, aspects such as technological access capability and understanding of digital marketing also need to be considered to fully realize the benefits of these strategies.

Keywords: Digital Marketing; SMEs; Income Enhancement

1. PENDAHULUAN

Di tengah bergulirnya pergeseran paradigma bisnis yang dipicu oleh pesatnya kemajuan teknologi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah merasakan dampak yang signifikan dari perubahan ini (Shara et al., 2021). Dalam konteks ini, penerapan digital marketing telah menjadi salah satu faktor krusial bagi UMKM untuk meningkatkan pendapatan dan daya saing mereka. Industri kerajinan tangan (handycraft) menjadi produk yang memiliki peluang yang paling besar dan kegiatan usahanya memiliki fleksibilitas dengan kondisi sosial ekonomi masyarakat (Thamrin & Harahap, 2022). Sehingga sektor kerajinan tangan menjadi sektor yang paling banyak menyerap tenaga kerja di Kota Medan (Rahayu & Avista, 2019).

Salah satu, UMKM Handycraft di Kota Medan adalah Sekar Handycraft dengan jenis produk berupa souvenir pernikahan, tas, dompet, masker dan ulos. Studi ini akan menggali lebih dalam mengenai perjalanan UMKM Sekar Handycraft dalam mengadopsi strategi digital marketing, dengan tujuan memahami dampaknya terhadap pendapatan mereka.

Di era di mana konektivitas digital mengambil peranan sentral, strategi pemasaran tradisional telah beralih menjadi pendekatan yang lebih terukur dan canggih. Mengambil contoh UMKM Sekar Handycraft, terlihat bahwa mereka merasa perlu untuk bergerak lebih maju dari metode pemasaran konvensional agar dapat meraih eksposur yang lebih luas. Di waktu sekarang, pelanggan cenderung mencari produk dan layanan melalui platform-platform online, dan itulah mengapa penggunaan digital marketing menjadi kunci penting untuk mencapai pasar yang lebih luas (Erwin et al., 2023) (Aryanto, 2020).

Namun, peralihan menuju digital marketing tidak datang tanpa rintangan. Salah satu hambatan utama yang dihadapi oleh UMKM Sekar Handycraft adalah kurangnya pengetahuan dan pemahaman mengenai aspek-aspek teknis dalam digital marketing. Mengelola media sosial, mengoptimalkan situs web, dan memahami analitik online mungkin tampak kompleks bagi mereka yang belum berpengalaman dalam dunia teknologi. Kendala sumber daya manusia dan finansial juga mungkin menjadi halangan dalam merangkul strategi baru ini.

Namun, meskipun adanya tantangan, potensi positif dari digital marketing sungguh menjanjikan. UMKM Sekar Handycraft dapat membangun komunitas online yang setia dan aktif melalui pemanfaatan platform media sosial. Selain itu, melalui pemasaran di situs web dan platform e-commerce, akses ke pasar global yang sebelumnya sulit dijangkau oleh UMKM menjadi lebih mungkin. Keterlibatan dalam kampanye digital juga memungkinkan pelanggan untuk merasa lebih dekat dengan merek, menghasilkan peningkatan loyalitas dan pendapatan jangka panjang.

Melihat kepada keberhasilan UMKM lain yang telah sukses mengadopsi digital marketing, kita dapat memperoleh wawasan berharga untuk UMKM Sekar Handycraft. Keberhasilan-keberhasilan ini menunjukkan bahwa saat digital marketing diimplementasikan dengan benar, dampaknya dapat sangat besar. Dengan mempelajari bagaimana UMKM lain mengatasi tantangan serupa dan memanfaatkan peluang-peluang di ranah digital, UMKM Sekar Handycraft dapat merumuskan langkah-langkah berikutnya dengan lebih baik.

Sebagai langkah awal dalam menerapkan digital marketing, pendidikan dan pelatihan menjadi sangat penting. UMKM Sekar Handycraft harus memberi pelatihan kepada tim internal atau bahkan menjalin kerja sama dengan pihak eksternal yang memiliki keahlian di bidang ini. Pemahaman dasar-dasar pemasaran digital, analitik, dan manajemen kampanye akan membantu UMKM merancang strategi yang lebih efektif dan terukur.

Salah satu aspek penting dalam beralih ke digital marketing adalah kemampuan untuk mengukur keberhasilan. UMKM Sekar Handycraft harus menetapkan indikator kinerja yang relevan, seperti pertumbuhan jumlah pengikut di media sosial, tingkat konversi di situs web, atau peningkatan penjualan secara keseluruhan. Dengan mengumpulkan data dan menganalisis hasilnya, UMKM dapat mengukur dampak positif dari strategi digital marketing mereka.

Dengan menganalisis situasi dengan secara lebih mendalam, jelas terlihat bahwa penerapan digital marketing memiliki potensi besar untuk meningkatkan pendapatan UMKM Sekar Handycraft. Meskipun ada tantangan dalam menghadapi perubahan teknologi, manfaat jangka panjang dari pemasaran digital jauh melebihi hambatan-hambatan tersebut. Melalui investasi dalam edukasi, pelatihan, dan pengembangan strategi yang terukur, UMKM Sekar Handycraft memiliki peluang yang baik untuk mencapai pertumbuhan berkelanjutan dalam era digital yang terus berkembang.

2. METODE PELAKSANAAN

Persiapan dan perencanaan yang matang adalah pondasi keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sehingga kegiatan tersebut berjalan dengan yang diharapkan. Persiapan dan perencanaan yang dilakukan yaitu :

- a. Melakukan observasi lokasi kegiatan dan berkoordinasi dengan pihak terkait untuk meminta izin pelaksanaan pengabdian.
- b. Menyusun usulan proposal kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yang selanjutnya diserahkan kepada dengan Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Budi Darma untuk ditinjau kelayakan proposal kegiatan.
- c. Setelah usulan proposal diterima selanjutnya melakukan koordinasi dengan Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Budi Darma untuk persetujuan pelaksanaan kegiatan.
- d. Melakukan konfirmasi dan izin kepada pihak mitra mengenai pelaksanaan kegiatan.
- e. Berkoordinasi dengan anggota dan pihak mitra untuk mempersiapkan kebutuhan, materi pendampingan, hal-hal yang mendukung kegiatan pengabdian.

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan melalui serangkaian langkah. Tahap awal adalah pengumpulan data untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Sekar Handycraft. Selanjutnya, dilakukan kunjungan ke lokasi riset, yaitu wilayah universitas yang menjadi tujuan kegiatan ini, guna membangun kualitas karya ilmiah nasional, khususnya di kalangan guru. Langkah berikutnya adalah mengajukan proposal kepada pihak terkait untuk meminta izin pelaksanaan workshop dan pelatihan kepada guru-guru yang bersedia. Kami juga menentukan jumlah peserta, jadwal, serta lokasi pelatihan, sambil mempersiapkan peralatan yang diperlukan. Selama pelaksanaan kegiatan, kami memonitor setiap langkah yang telah kami persiapkan dan menyediakan sesi tanya jawab agar peserta dapat mendalami pengetahuan yang disampaikan oleh pemateri. Evaluasi dilakukan dengan mereview pencapaian pembelajaran dan memberikan kesempatan kepada peserta untuk lebih mendalami materi yang telah disampaikan oleh pemateri. Hasil dari kegiatan ini akan disusun dalam sebuah laporan ilmiah sebagai bukti dan pencapaian dari pelatihan yang kami berikan kepada peserta yang bersangkutan.

2.1 Sekar Handycraft

Sekar Handycraft" adalah sebuah kelompok atau entitas yang bergerak dalam bidang kreasi daur ulang sampah. Mereka menciptakan produk-produk kreatif dan handycraft yang berasal dari bahan-bahan sampah yang diolah ulang. Inisiatif ini merupakan bagian dari upaya untuk mengurangi dampak lingkungan, mempromosikan gaya hidup ramah lingkungan, serta mengoptimalkan pengelolaan sampah. Sekar Handycraft bertempat di Gg. Bersama, Kel. Baru Ladang Bambu, Kec. Medan Tuntungan, Kota Medan, Sumatera Utara.

Sekar Handycraft bukan hanya mewujudkan kreativitas dalam bentuk hasil kerajinan tangan yang menarik, tetapi juga memiliki peran penting dalam edukasi masyarakat tentang pentingnya daur ulang sampah dan pengelolaan yang berkelanjutan. Dengan mendaur ulang sampah yang sebelumnya dianggap tidak bernilai ekonomi, mereka menciptakan produk yang memiliki nilai jual dan mengurangi jumlah sampah yang akhirnya berakhir di tempat pembuangan akhir.

2.2 Digital Marketing

Digital marketing adalah bentuk pemasaran yang menggunakan platform dan kanal digital, seperti internet, media sosial, mesin pencari, email, dan situs web, untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek kepada audiens yang lebih luas. Tujuan utama dari digital marketing adalah untuk mencapai dan terhubung dengan konsumen secara online, mempengaruhi perilaku mereka, dan menghasilkan interaksi yang berarti untuk mencapai hasil bisnis yang diinginkan (NAIMAH et al., 2020) (Gumilang, 2019).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan digital marketing memiliki dampak positif yang signifikan pada pendapatan UMKM Sekar Handycraft. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi strategi digital marketing dapat memperluas pasar mereka, meningkatkan penjualan, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Keberhasilan implementasi digital marketing ini dapat diatribusikan pada kemampuan UMKM Sekar Handycraft dalam memahami pasar online mereka dan merancang strategi yang sesuai. Selain itu, mereka juga berinvestasi dalam pelatihan untuk memahami platform digital dan alat-alat yang digunakan dalam digital marketing. Namun, penting untuk diingat bahwa hasil ini mungkin bervariasi tergantung pada faktor-faktor seperti jenis produk atau jasa yang ditawarkan, target pasar, dan kemampuan sumber daya UMKM. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk merencanakan dan menyesuaikan strategi digital marketing mereka sesuai dengan kebutuhan dan sumber daya yang tersedia.

3.1 Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan program pelatihan ini berlangsung selama 1 hari pada tanggal 31 Juli 2023. Pelaksanaan kegiatan dilakukan di Sekar Handycraft yang bertempat di Gg. Bersama, Kel. Baru Ladang Bambu, Kec. Medan Tuntungan, Kota Medan, Sumatera Utara.



Gambar 1. Proses Pelatihan



Gambar 2. Foto Bersama dengan Tim Sekar Handycraft

3.2 Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur dampak dan efektivitas penerapan digital marketing dalam upaya meningkatkan pendapatan UMKM Sekar Handycraft. Tujuan dari evaluasi ini adalah untuk menilai sejauh mana transfer ilmu yang diberikan kepada peserta dalam mempelajari penerapan digital marketing telah mencapai kualifikasi yang diharapkan dan apakah tujuan pembelajaran telah terpenuhi. Langkah-langkah yang diambil dalam tahap evaluasi ini melibatkan para pemberi materi. Para tim pemberi materi diberi kesempatan untuk mempraktikkan konsep-konsep yang telah diajarkan kepada peserta dan mengatasi setiap kesulitan yang mungkin muncul selama proses pembelajaran. Selain itu, guru juga berperan dalam membagi kelompok secara merata, membantu peserta lainnya, dan memfasilitasi proses transfer ilmu yang telah disampaikan oleh pihak pemberi materi. Melalui kegiatan evaluasi ini, diharapkan dapat terlihat sejauh mana penerapan digital marketing telah berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM Sekar Handycraft.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran digital memiliki pengaruh yang signifikan dalam peningkatan pendapatan UMKM Sekar Handycraft. Adanya platform online, seperti situs web, media sosial, dan iklan digital, membantu meningkatkan visibilitas produk mereka di pasar yang lebih luas. Dalam proses ini, UMKM Sekar Handycraft dapat menjangkau pelanggan potensial secara efektif, berinteraksi secara langsung dengan mereka, dan membangun hubungan yang lebih kuat. Selain itu, strategi pemasaran digital juga memungkinkan UMKM Sekar Handycraft untuk mengakses data pelanggan yang lebih baik, sehingga mereka dapat mengadaptasi produk dan layanan mereka sesuai dengan preferensi pasar. Hal ini memungkinkan peningkatan kualitas produk, penyesuaian harga yang lebih baik, dan peningkatan pelayanan pelanggan secara keseluruhan. Dengan demikian, kesimpulan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah bahwa penerapan digital marketing memiliki dampak yang positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM Sekar Handycraft. Langkah-langkah ini membantu UMKM untuk bersaing di era digital, mencapai target pasar yang lebih luas, dan secara keseluruhan, mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka. Dalam era digital yang terus berkembang, penggunaan teknologi ini menjadi suatu keharusan bagi UMKM yang ingin tetap relevan dan sukses dalam pasar global.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryanto, V. D. W. (2020). *Marketing Digital: Solusi Bisnis Masa Kini dan Masa Depan*. PT Kanisius.
- Erwin, E., Ardyan, E., Ilyas, A., Ariasih, M. P., Nawir, F., Sovianti, R., Amaral, M. A. L., Setiawan, Z., Setiono, D., & Munizu, M. (2023). *DIGITAL MARKETING: Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Gumilang, R. R. (2019). Implementasi digital marketing terhadap peningkatan penjualan hasil home industri. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14.
- NAIMAH, R. J., WARDHANA, M. W., HARYANTO, R., & PEBRIANTO, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Rahayu, S. E., & Avista, B. (2019). *Analisis Pengaruh Ekonomi Kreatif Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Di Kota Medan*.
- Shara, Y., Sholahuddin, M., Ekhsan, M., & Erpurini, W. (2021). *Setahun COVID 19 Dalam Perspektif Ekonomi, Pendidikan, Kesehatan, Sosial Budaya, Komunikasi dan Hukum*. Penerbit Lakeisha.
- Thamrin, M. H., & Harahap, H. I. (2022). Optimizing Sekar Handycraft Development Through Digitalization of MSMEs in Medan. *ABDIMAS TALENTA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 385–391.