

## ***Digital Marketing Training as a Business Development Strategy for Klepon Oline MSMEs***

### **Pelatihan *Digital Marketing* Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Klepon Oline**

**Budi Rahayu<sup>1</sup>, Untung Susilo<sup>2</sup>, Teguh Basuki<sup>3</sup>, M. Faris Akbar Alamsyah<sup>4</sup>, Haidar Bimantara<sup>5</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kediri

[budir@unik-kediri.ac.id](mailto:budir@unik-kediri.ac.id)

Disubmit : 06 Mei 2024, Diterima : 15 Juni 2024, Terbit: 16 Juni 2024

---

#### **ABSTRAK**

UMKM Klepon Olie merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang kuliner di Kabupaten Kediri. Produk yang diproduksi UMKM Klepon Olie antara lain klepon, gethuk gulung, cenil, cake tape dan tumpeng. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu untuk meningkatkan pengetahuan dan pelatihan mitra mengenai *digital marketing* sebagai strategi pengembangan usaha sehingga mitra dapat bersaing dan mengembangkan usahanya dengan maksimal. Kegiatan ini dilaksanakan secara langsung dalam bentuk kegiatan pelatihan. Hasil yang dicapai yaitu peningkatan pengetahuan dan ketrampilan mitra sehingga sangat bermanfaat bagi mitra untuk meningkatkan *brand awarness* pada masyarakat tentang produk Klepon Oline, meningkatkan daya saing usaha serta meningkatkan omset penjualan sehingga mitra dapat mengembangkan usaha dengan tepat dan maksimal.

**Kata Kunci :** *Digital Marketing*, Strategi Pengembangan Usaha, UMKM

#### **ABSTRACT**

Klepon Oline MSMEs is one of the businesses engaged in the culinary sector in Kediri Regency. The products produced by Klepon Oline MSMEs include klepon, gethuk rolls, cenil, cake tape and tumpeng. The purpose of this community service activity is to increase partner knowledge and training about digital marketing as a business development strategy so that partners can compete and develop their businesses to the maximum. This activity was carried out directly in the form of training activities. The results achieved are an increase in the knowledge and skills of partners so that it is very beneficial for partners to increase brand awareness in the community about Klepon Oline products, increase business competitiveness and increase sales turnover so that partners can develop their businesses appropriately and optimally.

**Keywords:** Digital Marketing, Business Development Strategy, MSMEs

#### **1. Pendahuluan**

Persaingan yang semakin berat, perubahan teknologi, ketidakstabilan inflasi dan tingkat bunga, ketidakpastian ekonomi di seluruh dunia, nilai tukar yang berfluktuasi, berbagai perubahan hukum pajak, isu-isu lingkungan, serta masalah etika atas beberapa kesepakatan keuangan tertentu, harus ditangani hampir setiap hari. Oleh karena itu, manajemen strategi memainkan peranan yang jauh lebih penting dari sebelumnya di dalam pengelolaan bisnis (Akhmad, 2019). Manajemen strategi berkaitan dengan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategis meliputi: pengamatan lingkungan (internal dan eksternal), perumusan strategi (perencanaan

strategis atau perencanaan jangka panjang), implementasi strategi, dan evaluasi serta pengendalian (Nofiani, 2021).

UMKM merupakan salah satu unsur penting dalam menopang perekonomian nasional secara menyeluruh. Usaha mikro merupakan penggerak dari sistem perekonomian di Indonesia yang dapat bertahan saat terjadi krisis ekonomi. Jenis usaha ini membantu pemerintah dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan dan mengurangi tingkat pengangguran, melalui usaha mikro tercipta unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga. Faktor yang berpengaruh dalam kesuksesan usaha adalah peluang pasar, kondisi persaingan dan lainnya (Mardiatmi *et al*, 2022). Keahlian dan pengetahuan tentang pengelolaan usaha yang baik dibutuhkan dalam pengambilan keputusan usaha tersebut.

Media Online *E-Commerce* berbasis komunitas merupakan suatu cara memberikan informasi kepada penjual, pasar dan pembeli dengan tujuan agar masyarakat mengetahui layanan penjualan produk dengan memanfaatkan teknologi informasi (Kareja, 2022). Dengan melakukan transaksi penjualan menggunakan teknologi informasi dapat memperluas jaringan pemasaran sehingga dapat meningkatkan penjualan produk (Darto, 2022).

*Digital marketing* merupakan pemanfaatan sumber daya pada internet sebagai tempat pemberi informasi produk yang dimiliki. *Digital marketing* adalah kegiatan pemasaran termasuk *branding* yang menggunakan berbagai media berbasis internet. Selain itu *digital marketing* merupakan cara periklanan yang memiliki efek yang sangat berpengaruh. Kelebihan *digital marketing* antara lain: kecepatan penyebaran, kemudahan evaluasi, jangkauan lebih luas, murah dan efektif.

UMKM Klepon Oline merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang kuliner di Kabupaten Kediri. Produk yang diproduksi UMKM Klepon Oline antara lain klepon, gethuk gulung, cenil, cake tape dan tumpeng. Produk yang dijual Klepon Oline merupakan hasil produksi sendiri. Pemasaran produk dilakukan melalui *word of mouth*, media sosial dan berdasarkan pesanan. Meskipun pemasaran produk Klepon Oline sudah dilakukan melalui media sosial namun masih membutuhkan manajemen usaha dan strategi pemasaran yang lebih untuk memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan daya saing produk sehingga dapat meningkatkan omset penjualan serta dapat mengoptimalkan pengembangan usaha.

Berdasarkan analisis situasi ini, maka tim pengabdian ingin melakukan pengabdian masyarakat dengan judul **“Pelatihan *Digital Marketing* Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Klepon Oline”**

## 2. Metode

Kegiatan awal akan dilakukan sosialisasi kegiatan kepada mitra berkaitan dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilakukan. Dalam sosialisasi ini diberikan target dan tujuan kegiatan kepada mitra. Persiapan pelatihan dilakukan dengan mempersiapkan materi yang akan diberikan kepada mitra. Disamping itu juga, akan dilakukan pelatihan *digital marketing* sebagai strategi pengembangan usaha, hal tersebut dilakukan untuk memaksimalkan jaringan pemasaran untuk meningkatkan penjualan mitra, sehingga omzet yang didapat juga dapat meningkat. Evaluasi kegiatan akan dilaksanakan setelah penjualan produk. Kegiatan terakhir yaitu pelaksanaan pendampingan yang akan dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang ditentukan.

## 3. Hasil Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada bulan Desember 2023 pada UMKM Klepon Oline yang berada di Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri. Sebelum kegiatan ini dimulai, tim pengabdian melakukan kegiatan persiapan diantaranya yaitu melakukan rapat koordinasi tim yang selanjutnya melakukan persamaan persepsi dengan mitra serta mengurus surat ijin kegiatan. Pelaksanaan kegiatan dimulai pada tanggal 2 Desember 2023, pada tahap ini tim melakukan identifikasi situasi dan kondisi mitra melalui wawancara tentang *digital*

*marketing* sebagai strategi pengembangan usaha. Dari kegiatan wawancara ini didapatkan bahwa mitra masih mengalami kendala dalam menentukan dan menerapkan strategi pengembangan usahanya khususnya melalui *digital marketing* sehingga jaringan pemasaran produk masih kurang. Pelaksanaan kegiatan pelatihan terhadap mitra dilakukan dengan cara memberikan pelatihan dan pemaparan tentang manajemen strategik usaha, meningkatkan *brand awareness* pada masyarakat tentang produk Klepon Oline. Dalam penyampaian materi juga diadakan diskusi dan pendampingan demonstrasi lapangan juga dilakukan dalam kegiatan ini.

Dalam kegiatan demonstrasi lapangan, pada tahap awal mereka akan melakukan pengamatan lingkungan dengan menerapkan analisis SWOT. Analisis SWOT dapat ditunjukkan melalui berbagai kekuatan dan peluang yang tentunya juga menciptakan ancaman dan kelemahan dalam mengembangkan usaha UMKM Klepon Oline. Kemudian tim melakukan edukasi kepada pemilik UMKM dalam pengelolaan *digital marketing* sebagai strategi pengembangan usaha dan daya saing usaha.

Setelah pelaksanaan kegiatan, tim mengadakan wawancara ulang dan monitoring terhadap mitra yang telah mengikuti pelatihan untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan ketrampilan setelah mengikuti pelatihan. Berdasarkan kegiatan tersebut diperoleh hasil bahwa terdapat peningkatan pengetahuan dan ketrampilan mitra terkait *digital marketing* sebagai strategi pengembangan usah. Terdapat kemajuan dalam penjualan produk, yang awalnya hanya memasarkan produk secara tradisional kini telah mampu memanfaatkan sosial media dan *marketplace* dalam memasarkan produk sehingga jaringan pemasaran produk semakin luas. Selain itu kini mitra juga dapat bekerja sama dengan beberapa swalayan maupun koperasi tani, KUD untuk menitipkan produknya dengan cara pengemasan yang lebih praktis dan bersih, sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen. Terdapat peningkatan pada daya saing produk sehingga omset penjualan produk dari UMKM Klepon Oline juga mengalami peningkatan serta dapat mengoptimalkan pengembangan usaha

Pelatihan ini dapat membantu mitra dalam mengembangkan usaha sehingga UMKM Klepon Oline mampu menghadapi daya saing pasar dan dapat mengembangkan usahanya secara maksimal dengan menerapkan *digital marketing* sebagai strategi pengembangan usaha. Dikarenakan oleh hal-hal tersebut kini mitra dapat memperoleh laba penjualan yang lebih optimal dan maksimal.

## 5. Penutup

Pengabdian Masyarakat ini dilakukan dalam bentuk pelatihan *digital marketing* sebagai strategi pengembangan usaha pada UMKM Klepon Oline. Manfaat yang diperoleh dari kegiatan pengabdian masyarakat yang di lakukan di Kecamatan Pare Kabupaten Kediri ini adalah terdapat peningkatan pengetahuan dan ketrampilan mitra sehingga sangat bermanfaat bagi mitra untuk meningkatkan *brand awareness* pada masyarakat tentang produk Klepon Oline, meningkatkan daya saing usaha serta peningkatan omset penjualan. Dengan demikian ini mitra mampu mengembangkan usaha secara efektif, tepat dan maksimal serta dapat ditindaklanjuti dengan langsung mempraktikkan hasil yang telah didapatkan selama pelatihan.

## Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kepada Civitas Akademika, LP3M Universitas Kadiri dan UMKM Klepon Oline yang bersedia menjadi objek untuk pengembangan penerapan ilmu dari dosen dan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kadiri.

## References

- Akhmad. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan. *Parameter*, 4(2), 882–897. [https://doi.org/10.37751/paramet er.v4i2.43](https://doi.org/10.37751/paramet%20er.v4i2.43).

- Darto. (2022). Pkm Pemberdayaan Ekonomi Kelompok Tani Desa Belimbing Tangerang Melalui Edukasi Pemasaran Dan Manajemen Keuangan Dalam Rangka Optimalisasi Usaha Tani Pasca Pandemi Covid-19. Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ.
- Kareja, N., Setiadevi, S., Alfiyah, N., & Triyaningsih, L. (2022). Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Pelatihan Pemasaran Digital pada Kedai Kopi Garasi. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(2), 448-459
- Mardiatmi, B. D., Nopiyanti, A., & Resti, A. A. (2022). Praktik Baik Manajemen Menuju Usaha Mikro , Kecil dan Menengah ( UMKM ) Mandiri dan Produktif di Kampung Bulak Timur , Kelurahan Cipayung , Kota Depok , Jawa Barat ( Good Management Practices Towards Independent and Productive Micro , Small and Medium Enterprises ( MSMEs ) in East Bulak Village , Cipayung Village , Depok City , West Java ). 2(3), 119–131.
- Nofiani, P. W., & Mursid, M. C. (2021). Pentingnya Perilaku Organisasi Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(2), 71–77.