



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 16%

Date: Tuesday, September 01, 2020

Statistics: 376 words Plagiarized / 2400 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PADA UKM USAHA UBERRR SNACK 88 KOTA SOLOK DALAM MENGHADAPI ERA INDUSTRI 4.0 Hadi Irfani^{1*}, Fitri Yeni², Rika Wahyuni³ 1,2,3Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Indonesia "YTPK" Padang, 1hadiirfani@upiyptk.ac.id, 2fitriyeni.upi@gmail.com, 3rikawahyuni070685@gmail.com

ABSTRAK _ _Abstrak: Pemanfaatan digital marketing pada era industri 4.0

dapat dijadikan alternatif strategi dalam pemasaran produk agar memudahkan pelaku usaha memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon konsumen, sedangkan dari sisi calon konsumen dapat digunakan sebagai media yang memudahkan dalam pencarian informasi produk. Akan tetapi, penggunaannya tidak banyak disadari oleh pelaku usaha, terutama para UKM usaha Uberrr Snack 88 Kota Solok yang masih menggunakan sistem pemasaran konvensional.

Kegiatan ini dirancang untuk tujuan: 1) peningkatan pengetahuan dan kemampuan pelaku UKM Usaha Uberrr Snack 88 Kota Solok dalam manajemen pemasaran untuk mendorong penjualan produk dalam skala luas dan meningkatkan daya saing UKM, (2) peningkatan penguasaan digital marketing pada pelaku UKM untuk menarik minat calon konsumen dengan menggunakan Google Bisnisku.

Metode pelaksanaan kegiatan PKM, meliputi: 1) observasi dan wawancara; 2) identifikasi masalah, 3) pembuatan video tutorial Google Bisnisku, 4) penyuluhan dan pelatihan, 5) pembuatan laporan kegiatan PKM yaitu laporan hasil pelatihan, laporan kemajuan dan laporan akhir, 6) pembuatan artikel jurnal nasional. Hasil pelaksanaan kegiatan adalah terwujudnya semua target kegiatan, kerja sama dengan mitra terjalin dengan baik, pemasaran produk memiliki jangkauan lebih luas dan muncul pada pencarian google bisnisku serta peningkatan daya saing UKM usaha Uberrr Snack 88 UKM Kota Solok.

Kata kunci: UKM, Pelatihan, Digital Marketing, Google Bisnisku Abstract: In industrial revolution 4.0, digital marketing can be used as an alternative strategy in product marketing to make it easier for businesses to monitor and provide the needs and wants of their potential consumers. As for the consumers, digital marketing makes it easier for them to find information about the product.

However, not many people are aware of the use and benefits of digital marketing, especially the small and medium enterprises (SME) of Uberrr Snack 88 in Solok City that still use conventional marketing systems. This activity is designed with the purpose of: 1) increasing the knowledge and abilities of SMEs of Uberrr Snack 88 in Solok City in marketing management to increase product sales in a wider scale and to increase the competitiveness of SMEs, 2) increasing the ability of SMEs to attract consumers using Google Bisnisku (Google My Business). The method used to implement this activity includes: 1) observation and interviews, 2) problems identification, 3) making tutorial videos about Google My Business, 4) training and mentoring, 5) making the PKM activity report which are the report of the training results, the report of the progress, and the final report, 6) writing national journal articles.

The results of this activity are the realization of all activity targets, building good cooperation with partners, and product marketing that has a wider reach and comes up on Google My Business search, as well as increasing the competitiveness of the small and medium enterprises of Uberrr Snack 88 in Solok City. Keywords: SMEs, Training, Digital Marketing , Google My Business _ _ _ Riwayat Artikel: Diterima: ...-Bulan 20XX, Disetujui: ...-Bulan 20XX _ / _ / _ <https://doi.org/10.31764/jces.vXiX.XXX> _ This is an open access article under the CC-BY-SA license _ _ _ _

PENDAHULUAN Era industri 4.0

merupakan integrasi pemanfaatan internet melalui lini produksi di dunia industri. Terjadi perubahan dalam dunia industri yang ditandai dengan berubahnya iklim bisnis dan industri menjadi lebih kompetitif karena adanya perkembangan teknologi informasi. Industri 4.0 merupakan industri yang menggabungkan teknologi otomatisasi dengan teknologi cyber.

Hal ini meliputi tren otomatisasi dan pertukaran data dalam teknologi bisnis yang mencakup beberapa bagian yaitu Internet of Things (IoT), komputasi awan dan komputasi kognitif (Bambang & Diaz, 2020). Tren digital marketing menjadi peluang bagi UKM untuk menyambut era industri 4.0. Pelaku UKM saat ini membutuhkan suatu teknologi informasi yang tepat agar lebih berkembang dan bersaing di era digital.

Maharani, Ali, & Astuti (2012) meskipun banyak UKM yang berkembang di Indonesia dan menerapkan teknologi informasi untuk kegiatan bisnisnya, namun masih banyak pula UKM yang belum menerapkannya dan belum mengerti manfaat yang dapat dirasakan dari penggunaan teknologi informasi. Menurut Aditya (2015) UKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan e-commercenya akan berpeluang menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing.

Digital marketing dijadikan salah satu media yang sering digunakan pelaku usaha karena kemampuan baru konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi (Mohamad & Debby, 2018). Digital Marketing menurut Urban dalam (Prasetyo, Fahimatul, & Mustaqim, 2020) adalah penggunaan internet dan teknologi informasi yang tujuannya untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional.

Selanjutnya, digital marketing mampu mempermudah pelaku bisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, dan di sisi lain calon konsumen bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya (Dedi, Rahmi & Shandy, 2017). Akan tetapi, penggunaan digital marketing tidak banyak disadari oleh pelaku UKM terutama di Kota Solok.

Kebanyakan UKM di Kota Solok masih menggunakan sistem pemasaran konvensional. Uberrr Snack 88 Kota Solok adalah usaha yang bergerak dibidang produksi makanan khas Minang yaitu karak kaliang. Wilayah pemasaran usaha ini adalah Solok, Bukittinggi, Padang, dan Pekanbaru.

Hasil wawancara dengan pemilik usaha Uberrr Snack 88 Kota Solok, keterbatasan teknologi informasi menjadi salah satu faktor penghambat dalam penjualan produk. Banyak pelanggan yang berasal dari luar daerah terkadang susah menemukan lokasi usaha dan tidak adanya pengetahuan mengenai cara menggunakan media digital sebagai alat pemasaran menjadikan usaha Uberrr Snack 88 Kota Solok kalah saing dengan UKM yang sudah memanfaatkan digital marketing sebagai alat pemasaran.

Kondisi ini berdampak pada penurunan penjualan yang sangat signifikan. Dari data penjualan usaha Uberrr Snack 88 Kota Solok tahun 2015 hanya terjual sebanyak 5.899 bungkus, menurun di tahun 2016 sebanyak 5.101 bungkus. Tahun 2017 penjualan kembali mengalami penurunan sebanyak 4.412 bungkus dan penurunan cukup signifikan terjadi di tahun 2018 sebanyak 3.920 bungkus.

Bahkan di tahun 2019, pelaku usaha mengaku akan menutup usahanya karena penjualan terus menurun akibat sulitnya pemasaran produk dan daya saing yang menurun. Salah satu platform digital yang bisa digunakan oleh para UKM dalam meningkatkan pemasaran produknya adalah Google Bisnisku. Menurut Eunike & Sony (2018), Google Bisnisku adalah salah satu platform yang disediakan oleh google dengan manfaat berupa penampilan pencarian di perangkat apapun, baik desktop maupun smartphone. Google Bisnisku dapat menampilkan posisi tempat usaha di google map/gmap.

Google Bisnisku sangat membantu pengembangan usaha dan mempermudah seseorang mencari informasi tentang bisnis masyarakat (Made, 2017). 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 (Iwan, Abdurrahman, Isah, Susilawati & Iwan, 2019).

Namun, secara keseluruhan masih banyak pelaku UKM belum mengetahui konsep pemasaran internet dengan Google Bisnisku (Rutman, Posma, Emma & Suzanna, 2020). Berdasarkan kondisi tersebut di atas, maka dilakukanlah kegiatan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) tentang Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada UKM Usaha Uberrr Snack 88 Kota Solok Dalam Menghadapi Era Industri 4.0.

Rincian utama permasalahan yang dihadapi pelaku UKM mitra Pengabdian Kepada Masyarakat di Kota Solok adalah sebagai berikut: 1) pengetahuan dan kemampuan pelaku UKM Uberrr Snack 88 Kota Solok dalam manajemen pemasaran masih perlu ditingkatkan untuk mendorong penjualan produk dalam skala luas dan meningkatkan

daya saing UKM, (2) penguasaan digital marketing yang masih kurang menjadi hambatan bagi usaha Uberrr Snack 88 Kota Solok untuk menarik minat konsumen.

METODE PELAKSANAAN Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam rangka memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi mitra, dimana tim PKM menawarkan program penyuluhan dan pelatihan membuat google bisnisku bagi pelaku usaha Uberrr Snack 88 Kota Solok. Metode yang digunakan dalam melaksanakan program ini diawali dari tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi program.

Tahap persiapan, tim PKM melakukan survey ke lapangan untuk mengetahui kondisi dan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, dalam hal ini mitra yang dipilih adalah Uberrr Snack 88 Kota Solok. Dalam survey ini tim mengumpulkan informasi melalui observasi, wawancara dan diskusi dengan pelaku usaha Uberrr Snack 88 Kota Solok dan seksi pemasaran Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kota Solok.

Hal yang disurvey adalah lokasi usaha Uberrr Snack 88 Kota Solok dan terkait permasalahan yang sedang dihadapi mitra sasaran dalam melakukan manajemen pemasaran produk. Selanjutnya, tim PKM juga membuat video tutorial Google Bisnisku untuk mempermudah mitra saat praktek pembuatan Google Bisniskun. Tahap pelaksanaan. Tahap ini tim PKM mendatangi langsung mitra yakni pelaku usaha Uberrr Snack 88 Kota Solok untuk memberikan penyuluhan berbentuk diskusi mengenai strategi pemasaran, digital marketing dan Google Bisnisku. Tujuan penyuluhan ini adalah menambah pengetahuan dan wawasan baru mitra.

Selanjutnya, dilakukan kegiatan pelatihan membuat Google Bisnisku. Materi pelatihan adalah bagaimana cara menggunakan akun Google Bisnisku. Tujuannya memberikan keterampilan kepada mitra tentang cara mengelola akun Google Bisnisku agar mudah ditelusuri pengguna media sosial dalam mencari berbagai jenis makanan. Pelatihan ini disampaikan dengan menggunakan bantuan video tutorial Google Bisnisku dan praktek secara terperinci serta adanya tanya jawab.

Tahap akhir adalah tahap evaluasi program. Setelah mitra diberi materi pelatihan secara menyeluruh, maka dilakukan evaluasi pada mitra untuk melihat ketercapaian kompetensi dalam menjalankan media Google Bisnisku. Jika mitra mampu menjalankan sesuai dengan tahap-tahap pelatihan yang diberikan, maka mitra dianggap telah mampu dan berhasil menguasai materi pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN Tahap Persiapan Kegiatan ini diawali oleh tahap persiapan, dimana tim PKM melakukan survey awal sebelum program ini disetujui dan disahkan oleh LPPM UPI YPTK Padang. Setelah program PKM yang diajukan tim dinyatakan lulus,

maka tim pelaksana melakukan re-confirmation (konfirmasi ulang) kepada mitra pada tanggal 11 Februari 2020 yaitu pelaku usaha Uberrr Snack 88 Kota Solok melalui telephone dan WhatsApp beberapa kali.

Pada tahap ini, tim PKM juga mendiskusikan waktu penyuluhan, materi yang akan dilatih dan pembuatan google bisnisku. Materi yang akan dilatihkan kepada mitra adalah tentang "Strategi Pemasaran, Digital Marketing dan Google Bisnisku". Tempat pelaksanaan diadakan di usaha Uberrr Snack 88 Kota Solok, dan lama pelatihan 1 hari dengan durasi 4 jam.

Bersamaan dengan itu, tim PKM bekerja menyiapkan bahan baku yang bersifat software dan bahan penunjang lainnya. Informasi yang didapatkan dari hasil diskusi adalah strategi pemasaran yang digunakan oleh mitra hanya **promosi dari mulut ke** mulut. Dari hasil wawancara diketahui bahwa keterbatasan teknologi informasi menjadi salah satu faktor penghambat dalam penjualan produk usaha Uberrr Snack 88 Kota Solok.

Meskipun telah mengenal media seperti google, facebook dan instagram, namun mitra belum mampu memanfaatkannya sebagai media pemasaran produk. Pelaku usaha juga tidak mengetahui apa itu digital marketing. Tahap Pelaksanaan Kegiatan PKM ini dilaksanakan pada hari Jumat, tanggal 7 Agustus 2020, bertempat di Usaha Uberrr Snack 88 Kota Solok, Jl Kampung Jawa, Tanjung Harapan Kota Solok. Kegiatan ini **dimulai pada pukul 10.00** sd. 14.00 Wib.

Sebelum pelatihan dimulai, tim PKM memberikan video tutorial pembuatan google bisnisku agar memudahkan pelaku UKM untuk mempraktekkannya. Setelah itu, mitra diminta kembali untuk mempraktekkan cara pembuatan google bisnisku dan trik untuk menaikkan rating share misalnya dari pembaharuan produk-produk yang dijual.

Penggunaan aplikasi atau akun google bisnisku dipilih oleh tim PKM karena merupakan fitur gratis yang mudah digunakan oleh pelaku bisnis **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:** // Gambar 1. Google Bisnisku Uberrr Snack 88 Kota Solok Tahap Evaluasi Pada tahap evaluasi, tim PKM memberikan kesempatan kepada pelaku usaha Uberrr Snack 88 Kota Solok untuk mengulang kembali langkah-langkah pembuatan google bisnisku dan cara mengupdate secara mandiri dan individu, hal ini dilakukan untuk melihat kemampuan mitra dalam mengikuti pelatihan.

SIMPULAN DAN SARAN Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat oleh tim PKM Universitas Putra Indonesia YPTK Padang sangat membantu masalah mitra, dari tidak adanya google bisnisku untuk sarana pemasaran produk dan hanya mengandalkan penjualan konvensional, saat ini mitra telah memiliki platform google bisnisku sebagai media digital dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan produk.

Mitra juga dapat mengelola usahanya menjadi lebih baik dan mengelola pemasaran secara aktif melalui internet, sehingga dapat menunjang perkembangan dan kemajuan usahanya. Kegiatan ini sangat memiliki dampak perubahan pada mitra menjadi lebih bersemangat dalam berusaha dan usaha yang mereka jalankan seperti sudah profesional. Pelatihan-pelatihan semacam ini perlu lebih sering dilaksanakan untuk membangun kesadaran dan pemahaman mengenai digital marketing dan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk membuat dan mengelola google bisnisku, materi yang disampaikan disesuaikan dengan kemampuan para peserta, serta adanya evaluasi lanjutan setelah kegiatan guna mengetahui apakah materi yang disampaikan betul-betul dipraktekkan.

UCAPAN TERIMA KASIH Ucapan terima kasih tim PKM berikan kepada Ketua Yayasan Universitas Putra Indonesia YPTK Padang dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) yang telah mendanai program kemitraan ini sehingga terlaksana dengan baik. Terima kasih yang tak terhingga juga kami ucapkan kepada pihak mitra yaitu pelaku usaha Uberrr Snack 88 Kota Solok dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kota Solok, yang telah mau menerima dan bekerjasama dengan kami dalam melaksanakan kegiatan ini, sehingga terlaksana dengan baik.

Serta seluruh peserta PKM dan pihak-pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung . DAFTAR RUJUKAN Aditya, W. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. Prosiding Seminar Nasional, ISBN : 978-602-17225-4-1. Bambang, S.W., & Diaz, H. (2020). Peluang Revolusi Industri 4.0

Bidang Pemasaran: Pemanfaatan Aplikasi E-commerce, Sosial Media Instagram dan Digital Marketing terhadap keputusan Instant Online Buying Konsumen Generasi Millennial. Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 3(2). DOI: 10.25273/capital.v3i2.6077. Dedi, P.E.S., Rahmi., & Shandy, A. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit.

Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), 1(1), DOI: doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01. Eunike, S., & Sony, H.P. (2018). Analisis Komunikasi

Pemasaran Dalam Menarik Pengunjung (Studi Pada Kampoeng Kopi Banaran, PT. Perkebunan Nusantara IX kabupaten Semarang). Jurnal Ilmiah Agrineca, 19(2). Iwan, M.R., Abdurrahman, F., Isah, A., Susilawati., & Iwan, S. (2019).

Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan "WAGE" Bandung. Jurnal Abdimas BSI, 2(1), 137-142. Made, I.B.D. (2017). Google Bisnis, Sim Dan Sia Guna Menentukan HPP Sebagai Sarana Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. Jurnal Penamas Adi Buana, 1(1). Maharani, M., Ali, A.H.N., & Astuti, H.M. (2012). Faktor-Faktor Pengaruh Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Coffee Toffee Indonesia. Jurnal Teknik POMITS. 1(1). 1-6.

Mohamad, T.F., & Debby, Arisandi. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. Jurnal Manajemen Dewantara, 1(2), 62-76. Prasetyo, D.S., Fahimatul, U., & Mustaqim. (2020). Pengenalan Google My Business untuk Pemanfaatan Digital Marketing pada Era E-commerce & Media Sosial. Jurnal Pengabdian Barelang, 2(1). Rutman, L.T., Posma, S.J.K.,

Emma, T., & Suzanna, J.L.T. (2020). Pengenalan Pemasaran Menggunakan Internet Kepada Jamaah Masjid Cawang. Jurnal IKRAITH ABDIMAS, 3(1). DOKUMENTASI KEGIATAN /

INTERNET SOURCES:

1% -

<https://reezhdesign.com/tutorial/google-bisnisku-optimasi-bisnis-di-penelusuran-dan-peta/>

<1% -

https://www.researchgate.net/publication/333983210_ANALISIS_TEKNOLOGI_ORGANISASIONAL_DAN_LINGKUNGAN_TERHADAP_ADOPSI_TEKNOLOGI_INFORMASI_DAN_KOMUNIKASI_PADA_UMKM_DI_KOTA_BANDUNG

<1% - https://mafiadoc.com/conference-proceedings_59861f331723ddcd69887265.html

<1% -

https://www.researchgate.net/publication/266204493_Factors_Influencing_SMEs_Adoption_of_Social_Media_Marketing

<1% - <https://issuu.com/integratedinfo/docs/sme.malaysia.2015.2016>

1% - <https://ejournal.iwi.or.id/ojs/index.php/iwi/article/download/10/16/>

2% - <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/capital/article/download/6077/2589>

<1% -

<https://www.liputan6.com/news/read/3280740/mahasiswa-harus-bersiap-hadapi-era-revolusi-industri-40>

1% - <http://pgsd.ums.ac.id/wp-content/uploads/sites/73/2018/12/Materi-Sukartono.pdf>
1% - <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/download/175/128>
1% - <https://guruakuntansi.co.id/digital-marketing/>
1% - <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/jks/article/download/882/499>
1% - <https://widuri.raharja.info/index.php?title=SI1222472824>
<1% -
<https://www.scribd.com/document/364289147/CALK-2016-Gabungan-Tgl-28-April-2017>
<1% - <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas/article/download/4974/2941>
1% -
https://www.researchgate.net/publication/339139622_Pengenalan_Google_My_Business_untuk_Pemanfaatan_Digital_Marketing_pada_Era_E-commerce_Media_Sosial
1% - <https://carlespen.com/jasa-buat-google-bisnis/>
<1% -
<https://id.scribd.com/doc/308025264/BUKU-PANDUAN-PENELITIAN-DAN-PENGABDIAN-EDISI-X-2016-pdf>
<1% - <https://jurnal.ugm.ac.id/jp2m/gateway/plugin/WebFeedGatewayPlugin/atom>
<1% - http://repository.upi.edu/5501/5/s_pgsd_penjas_0701098_chapter3.pdf
<1% -
<https://abditani.jurnalpertanianunisapalu.com/index.php/abditani/article/download/20/7/>
1% -
https://bbkb.kemenperin.go.id/index.php/post/read/ingin_tingkat_kualitas_batik_ketua_dekranasda_beserta_kepala_disperindag_kota_solok_sumbar_berkunjung_ke_bbkb_0
1% - <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas/article/download/4974/2941>
1% - <https://briangirleyjazz.com/images/yptk.jsp>
<1% -
<https://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/60829/BAB%20VI.%20ANALISIS%20KELAYAKAN%20ASPEK%20NON%20FINANSIAL.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
<1% -
<https://blog.modalku.co.id/bisnis/dunia-bisnis/ini-pentingnya-digital-marketing-untuk-bisnis-yang-anda-rintis/>
<1% - <https://www.pa-tanjungpati.go.id/>
<1% - <https://support.google.com/business/answer/7091?hl=id>
1% - <https://www.hestanto.web.id/digital-marketing-umkm/>
<1% -
https://mafiadoc.com/borang-akreditasi-baa-unas-universitas-nasional_59d180ba1723dd3c24404838.html
1% - <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/lugas/article/view/443>
<1% - <http://garuda.ristekbrin.go.id/journal/view/10532>

