

Strategi Literasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) oleh Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Kabupaten Jember

M.F. Hidayatullah¹⁾, Vera Susanti²⁾, Raudhia Nur Salsabila³⁾

^{1), 2), 3)} UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Jember, Indonesia

Corresponding author : ferasusanti2002.14@gmail.com

Abstrak:

PLUT KUMKM Kabupaten Jember merupakan program Kementerian Koperasi dan UKM (KemenkopUKM) untuk mendorong UKM naik kelas. Salah satu tugas dari PLUT KUMKM Kabupaten Jember adalah memberikan pendampingan kepada sahabat UMKM Binaan PLUT Kabupaten Jember. Salah satu pendampingan tersebut adalah mengenai digital marketing. Dalam pendampingan tersebut PLUT mengadakan kelas mandiri dan juga kelas Bimtek (Bimbingan Teknis) dalam kepada para UMKM binaan. Melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan digital marketing yang diterapkan pada UMKM Kabupaten Jember, Mereka tidak hanya sekedar melewati proses pembelajaran, tetapi juga menjadi melek teknologi, menyadari bahwa dalam era yang serba teknologi seperti sekarang, digital marketing adalah suatu kebutuhan yang tak terelakkan. Hal ini memberikan pandangan baru tentang potensi luar biasa yang dimiliki oleh strategi pemasaran digital. UMKM menyadari bahwa digital marketing memiliki kemampuan untuk menjangkau target pelanggan dengan efisien dan efektif. Ini memungkinkan UMKM mendapatkan konsumen secara lebih cepat, tepat, dan meluas, membuka peluang besar untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Dengan penerapan strategi digital marketing yang tepat, dapat diperkirakan bahwa penjualan UMKM memiliki potensi meningkat hingga sekitar 70%, menciptakan dampak positif yang luar biasa pada kemajuan ekonomi lokal dan keberlanjutan bisnis UMKM itu sendiri.

Kata Kunci : *Digital Marketing, UMKM, PLUT*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi dan industri di suatu negara. Faktanya UMKM menjadi salah satu sumber terciptanya lapangan kerja dan menjadi kontribusi langsung dalam upaya mengurangi angka kemiskinan. Keberadaan UMKM tiap tahunnya mengalami perkembangan dan akan terus bertambah. Jumlah UMKM di Kabupaten Jember mencapai 647 ribu pelaku UMKM. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022, pertumbuhan perekonomian Jember merupakan yang tertinggi di daerah Kawasan Tapal Kuda yakni sebanyak 4,53 persen. Pada tahun 2023, Badan Pusat Statistik Jember menjelaskan bahwa inflasi jember pada 2 bulan terakhir mengalami penurunan yaitu saat juni inflasi sebanyak 0,14%, lalu saat juli turun menjadi 0,11%, dan pada agustus mengalami penurunan menjadi 0,03%. Itu terdiri atas pelaku ultra mikro, mikro, kecil, dan juga menengah.

Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) berfungsi sebagai tempat pelatihan bagi para pelaku UMKM yang ingin mengembangkan usahanya. Dengan adanya PLUT ini diharapkan para pelaku UMKM dapat terbantu dengan diberi pelatihan yang melengkapi berbagai keterampilan yang dibutuhkan untuk mengelola usahanya. PLUT Kabupaten Jember menyampaikan bahwa saat ini UMKM membutuhkan pelatihan-pelatihan praktis, khususnya pelatihan terkait pemasaran digital. Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan, UMKM binaan dapat mengelola area produksi dengan lebih bersih dan teratur untuk pergerakan pekerja yang lebih efisien. Sementara itu, upaya sudah mulai terlihat pada pengelolaan media

sosial, memisahkan media sosial antara pemasaran usaha dan media sosial untuk pemilik serta menyiapkan rencana konten media sosial yang menarik. Perkembangan eradigital yang pesat ini tidak dapat dihindari sehingga UMKM dihimbau agar dapat beradaptasi sejak dini. Maka pelaku UMKM harus mampu berpikir secara kreatif dan inovatif dalam memaksimalkan pemanfaatan perkembangan digital.¹

PLUT Kabupaten Jember sedang gencar melakukan kegiatan pelatihan bagi usaha rintisan hingga UMKM yang ingin melakukan pengembangan dari segala sisi bisnis. Salah satu pengembangan yang gencar dilaksanakan adalah pelatihan digital marketing. Dalam dunia usaha, adanya digital marketing membawa angin baru dalam dunia bisnis. Hal ini karena penggunaan digital marketing dianggap menjadi lebih mudah, murah, dan efektif. Walaupun tidak semuanya yang dimiliki oleh digital marketing adalah kebaikan tetapi setidaknya di masa post-pandemic seperti ini penggunaan digital marketing menjadi tren bagi semua para pelaku usaha. Perkembangan teknologi digital telah mengubah pemasaran dari usaha kecil dan menengah (UKM) yang semula dilakukan secara konvensional menjadi secara digital dengan memanfaatkan penggunaan media sosial dan website untuk memasarkan produk mereka. Pemanfaatan media online menjadi pilihan tepat bagi para UKM untuk mengembangkan bisnis yang dijalankannya. Mudahnya akses internet saat ini, besarnya manfaat yang didapatkan, serta murah biaya yang dibutuhkan menjadi alasan utama bagi UKM sebelum akhirnya mereka memilih media online sebagai solusi tepat untuk memperluas jangkauan bisnisnya.²

Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang menggunakan platform dan teknologi digital untuk mempromosikan produk atau layanan, termasuk melalui media sosial. Tujuannya adalah mencapai target audiens secara efektif dan mengukur kinerja kampanye dengan data yang dapat diukur. Pemanfaatan media sosial menjadi salah satunya karena akses yang mudah bagi masyarakat awam atau gagap teknologi (gaptek). Media sosial yang sering dimanfaatkan adalah *Instagram*, *facebook*, *shopee*, *tiktok*, dan *e-commerce* lainnya. Penggunaan media sosial dalam pemasaran produk UMKM terbukti cukup efektif dalam menargetkan para konsumen. Namun terdapat beberapa faktor penghambat yang ditemui UMKM dalam hal literasi digital pada sektor *marketing*, dimana kemampuan sumber daya manusianya masih terbatas, seperti misalnya dalam mengakses fungsi-fungsi pemasaran, terutama dalam memperoleh informasi pasar dan jaringan pasar. Tetapi dalam pengimplementasian penggunaan TIK masih diperlukan infrastruktur yang memadai dan jika dibandingkan dengan daerah perkotaan, literasi digital masih menjadi salah satu tantangan UMKM di daerah pedesaan karena terbatasnya akses pengetahuan mengenai hal tersebut.³

Minimnya pengetahuan UMKM binaan PLUT Kabupaten Jember mengenai literasi digital marketing menginspirasi para konsultan untuk mengadakan bimbingan teknis mengenai digitalisasi marketing untuk pelaku UMKM guna meningkatkan penjualan produknya. Jika UMKM paham akan pentingnya digitalisasi marketing serta menguasai *softskill* dan *hardskill* yang berguna bagi usaha mereka, diharapkan mereka akan termotivasi untuk meningkatkan pengelolaan produksi dan menggunakan digital marketing sebagai

¹ Adya Utami, Syukri 1², and Andi Nonong Sunrawali, "Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah," *Online) KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 19, no. 1 (2022): 170, <https://doi.org/10.29264/jkin.v19i1.10207>.

² Yohanes Mario Pratama et al., "Pelatihan Dan Pendampingan Tata Kelola Usaha Dan Digital Marketing Pada UMKM Binaan PLUT Kabupaten Semarang, Jawa Tengah," *Jurnal Atma Inovasia (JAI)* 3, no. 5 (2023).

³ Cut Devi Maulida Sari and Rusma Setiyana, "Sosialisasi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)," *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar* 2, no. 1 (July 25, 2020): 63, <https://doi.org/10.35308/baktiku.v2i1.2050>.

sarana komunikasi dan promosinya, serta dapat mempraktikkannya secara langsung dengan memanfaatkan media sosial.⁴

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bersifat hasil uraian hasil pengamatan dan studi dokumentasi. Menurut Sugiyono, (2018: 147) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yangtelah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi(Utami et al., 2022).

Metode kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks setting tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan holistic.⁵ Penelitian ini mengamati dan mendeskripsikan mengenai suatu strategi yang digunakan oleh PLUT KUMKM Kabupaten Jember dalam pengembangan strategi pemasaran digital melalui sosial media. Data yang dimulai dengan menyusun sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasi data kedalam kategori menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami diri sendiri maupun orang lain. Maka dari itu, prinsip berfikir induktif lebih menonjol dalam penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara secara langsung kepada para konsultan PLUT KUMKM Kabupaten Jember.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas mengenai Strategi yang digunakan oleh PLUT KUMKM Kabupaten Jember dalam pengembangan digital marketing UMKM Binaan PLUT Kabupaten Jember. Pada revolusi industri 5.0, kecanggihan teknologi semakin pesat. Hal ini memengaruhi segala aspek kehidupan termasuk dunia bisnis atau usaha. UMKM dituntut untuk mampu menguasai dan memanfaatkan teknologi digital salah satunya dalam pemasaran produk. Karena salah satu hal yang akan berubah dan mempengaruhi dunia usaha adalah *Internet of Things* (IoT) dimana pengguna internet untuk suatu usaha menjadi sangat penting.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa konsultan PLUT KUMKM Kabupaten Jember dalam upaya untuk meningkatkan pemahaman digital marketing di kalangan UMKM Kabupaten Jember, PLUT telah mengimplementasikan kelas mandiri, suatu inisiatif yang dirancang dan diselenggarakan oleh pihak PLUT sendiri tanpa melibatkan instansi atau pihak terkait lainnya. Dalam setiap sesi kelas mandiri, konsultan-konsultan PLUT menyampaikan materi dan panduan mengenai pentingnya digitalisasi dalam ranah pemasaran UMKM. Sesi pembelajaran ini dirancang untuk memberikan wawasan mendalam kepada para pelaku UMKM, membahas konsep-konsep digital marketing yang relevan, serta memberikan keterampilan praktis yang dapat diterapkan sehari-hari. Fokus utama dari kelas mandiri ini adalah memberikan pemahaman tentang peran digital marketing dalam konteks UMKM, dengan harapan agar mereka dapat mengoptimalkan potensi teknologi untuk meningkatkan daya saing bisnis mereka. Dengan mengadakan kelas seminggu sekali, membantu menciptakan lingkungan pembelajaran yang berkelanjutan. Melalui inisiatif ini, PLUT berupaya tidak hanya menjadi penyedia informasi, tetapi juga menjadi mitra pembangunan

⁴ Hamida Syari Harahap et al., "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM," *Journal of Community Services in Humanities and Social Sciences*, vol. 3, 2021.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, CV, 2013).

bagi UMKM, mendukung mereka agar dapat beradaptasi dan berkembang dalam era digital yang terus berubah.

Berikut Beberapa Nama UMKM Binaan PLUT Yang :

Nama Usaha	Nama Pemilik
Bumbu Pecel Sangrai Bu Yuni	Yuni Susilowati
Dahayu Cake	Hardianto
Kopi Durjo	Agus Salim
Kahwa Coffe Collection	Rizky
Queen Cookies	Shinta Galuh Kartika
Fanatiq Madu Murni	Romy Isthofany
Cookies Mas Deky	Pratiwi Anggraeni
My Healthy	Wiwik Harianti
WB Culinary	Lina Yuniastuti
Nyemil Maknyus	Ilha Hijri Muhammad

Selain kelas mandiri PLUT juga mengadakan kelas Bimtek (Bimbingan Teknis) yang diadakan selama satu bulan sekali. dalam upayanya untuk merangkul keberagaman dan mendukung pemahaman mendalam mengenai strategi digital marketing di kalangan UMKM Kabupaten Jember, memperkenalkan kelas bimbingan teknis (bimtek). Dibandingkan dengan kelas mandiri, kelas bimtek ini diselenggarakan dengan frekuensi yang lebih intensif, yakni sebulan sekali, memberikan ruang lebih besar bagi UMKM untuk mengintegrasikan pemahaman tentang digital marketing dalam konteks bisnis mereka. PLUT bekerjasama dengan berbagai instansi atau lembaga lainnya. Kolaborasi ini tidak hanya menghadirkan keahlian dan pengalaman dari konsultan-konsultan PLUT, tetapi juga membuka pintu bagi pandangan dan wawasan yang beragam dari para ahli dan praktisi di luar lingkaran PLUT. Dengan demikian, UMKM tidak hanya menerima perspektif yang terfokus, tetapi juga mendapatkan pemahaman yang lebih holistik tentang *landscape digital marketing*. Pendekatan kombinasi antara kelas mandiri yang diselenggarakan secara teratur dan kelas bimtek yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan menunjukkan komitmen PLUT dalam menciptakan lingkungan pembelajaran yang komprehensif, berkelanjutan, dan berdaya tahan terhadap perubahan di era digital ini.

Dalam pelatihan dan pendampingan yang telah diimplementasikan, terdapat penekanan khusus pada pemahaman dan pemanfaatan media sosial dalam konteks pemasaran digital. Media sosial dianggap sebagai salah satu alat pemasaran yang paling relevan dan berkembang pesat pada era ini. Dalam hal ini, platform sosial seperti facebook, WhatsApp, dan Instagram serta aplikasi marketplace yang populer seperti Shopee, Lazada, dan Tokopedia juga menjadi bagian dari strategi pemasaran digital yang diajarkan kepada UMKM Kabupaten Jember.

Dengan mendalami penggunaan media sosial, UMKM diberikan wawasan tentang cara memanfaatkan platform digital tersebut untuk membangun *brand awareness*, berinteraksi dengan pelanggan, dan meningkatkan penjualan. Melalui pelatihan dan pendampingan tentang fitur-fitur khusus yang dimiliki oleh setiap platform, UMKM dapat mengoptimalkan potensi pemasaran mereka secara efektif.⁶ UMKM dibimbing dengan seksama mengenai berbagai aspek dan strategi pemasaran digital. Salah satunya cara branding produk, pentingnya label dan kemasan, proses iklan di platform digital serta yang paling penting adalah foto produk. Karena foto produk yang baik dan menarik akan membuat konsumen

⁶ Silviana Batubara, Fithra Maharani, and Makhrani Makhrani, "Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital," *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 1 (2022): 1023–32, <https://doi.org/10.47492/eamal.v2i1.1237>.

tertarik untuk membeli produk tersebut. Pelatihan dan pendampingan ini tidak hanya memberikan pemahaman umum tentang pemasaran digital, tetapi juga menyesuaikan strategi dengan perkembangan terkini, memastikan bahwa UMKM tidak hanya terlibat dalam transformasi digital, tetapi juga mampu bersaing secara efektif di ranah online.⁷

Melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan digital marketing yang diterapkan pada UMKM Kabupaten Jember, Mereka tidak hanya sekadar melewati proses pembelajaran, tetapi juga menjadi melek teknologi, menyadari bahwa dalam era yang serba teknologi seperti sekarang, digital marketing adalah suatu kebutuhan yang tak terelakkan. Hal ini memberikan pandangan baru tentang potensi luar biasa yang dimiliki oleh strategi pemasaran digital. UMKM menyadari bahwa digital marketing memiliki kemampuan untuk menjangkau target pelanggan dengan efisien dan efektif. Ini memungkinkan UMKM mendapatkan konsumen secara lebih cepat, tepat, dan meluas, membuka peluang besar untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Dengan penerapan strategi digital marketing yang tepat, dapat diperkirakan bahwa penjualan UMKM memiliki potensi meningkat hingga sekitar 70%, menciptakan dampak positif yang luar biasa pada kemajuan ekonomi lokal dan keberlanjutan bisnis UMKM itu sendiri.

Dalam pelatihan dan pendampingan ini, ada sebagian UMKM masih membutuhkan bimbingan lebih intensif dalam memahami strategi pemasaran digital. Pihak PLUT, dengan tekun memberikan upaya khusus dengan menyelenggarakan bimbingan yang lebih mendalam dan berlanjut kepada UMKM yang memang membutuhkan pendampingan spesifik dalam pemasaran digital. Bimbingan intensif ini dirancang untuk memberikan dukungan yang lebih terfokus kepada UMKM yang mungkin menghadapi kesulitan atau hambatan tertentu dalam mengimplementasikan konsep-konsep digital marketing. Melalui pendampingan yang berkelanjutan, PLUT berusaha memastikan bahwa setiap UMKM memiliki keterampilan yang memadai untuk mengelola pemasaran digital dengan sukses.

PLUT tidak hanya menjadi penyedia informasi, tetapi juga menjadi mitra yang mendukung pertumbuhan dan keberhasilan setiap UMKM. Melalui bimbingan intensif ini, diharapkan UMKM yang awalnya kesulitan dalam memahami pemasaran digital dapat mengatasi hambatan tersebut dan mengambil langkah menuju kemajuan yang lebih besar dalam digital marketing.

PENUTUP

Dalam pengembangan digital marketing UMKM Binaan PLUT Kabupaten Jember dituntut untuk mampu menguasai dan memanfaatkan teknologi digital salah satunya dalam pemasaran produk. Karena salah satu hal yang akan berubah dan mempengaruhi dunia usaha adalah *Internet of Things* (IoT) dimana pengguna internet untuk suatu usaha menjadi sangat penting. Dengan mendalami penggunaan media sosial, UMKM diberikan wawasan tentang cara memanfaatkan platform digital tersebut untuk membangun *brand awareness*, berinteraksi dengan pelanggan, dan meningkatkan penjualan. Ini memungkinkan UMKM mendapatkan konsumen secara lebih cepat, tepat, dan meluas, membuka peluang besar untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Pihak PLUT, dengan tekun memberikan upaya khusus dengan menyelenggarakan bimbingan yang lebih mendalam dan berlanjut kepada UMKM yang memang membutuhkan pendampingan spesifik dalam pemasaran digital. Bimbingan intensif ini dirancang untuk memberikan dukungan yang lebih terfokus kepada UMKM yang mungkin menghadapi kesulitan atau hambatan tertentu dalam mengimplementasikan konsep-konsep digital marketing. Melalui pendampingan yang

⁷ Muhammad Asyhar Agmalero and Dea Amanda, "Pengenalan Strategi Digital Marketing Untuk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kelurahan Situ Gede, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor," *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat* 9, no. 2 (2023): 258–68, <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.9.2.258-268>.

berkelanjutan, PLUT berusaha memastikan bahwa setiap UMKM memiliki keterampilan yang memadai untuk mengelola pemasaran digital dengan sukses.

DAFTAR PUSTAKA

- Agmalaro, Muhammad Asyhar, and Dea Amanda. "Pengenalan Strategi Digital Marketing Untuk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kelurahan Situ Gede, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor." *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat* 9, no. 2 (2023): 258–68. <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.9.2.258-268>.
- Batubara, Silviana, Fithra Maharani, and Makhrani Makhrani. "Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital." *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 1 (2022): 1023–32. <https://doi.org/10.47492/eamal.v2i1.1237>.
- Mario Pratama, Yohanes, Mario Rosario Wisnu Aji, Enggar Sukma Kinanthi, Elizabeth Fiesta Clara Shinta Budiyo, Tegar Satya Putra, Agatha Mayasari, Bartolomeus Galih Visnu Pradana, and Dismas Persada Dewangga Pramudita. "Pelatihan Dan Pendampingan Tata Kelola Usaha Dan Digital Marketing Pada UMKM Binaan PLUT Kabupaten Semarang, Jawa Tengah." *Jurnal Atma Inovasia (JAI)* 3, no. 5 (2023).
- Maulida Sari, Cut Devi, and Rusma Setiyana. "Sosialisasi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)." *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar* 2, no. 1 (July 25, 2020): 63. <https://doi.org/10.35308/baktiku.v2i1.2050>.
- Syari Harahap, Hamida, Nita Komala Dewi, Endah Prawesti Ningrum, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, and Fakultas Ekonomi dan Bisnis. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM." *Journal of Community Services in Humanities and Social Sciences*. Vol. 3, 2021.
- Utami, Adya, Syukri 1, and Andi Nonong Sunrawali. "Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah." *Online) KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 19, no. 1 (2022): 170. <https://doi.org/10.29264/jkin.v19i1.10207>.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, CV, 2013).
- Adya Utami Syukri, Andi Nonong Sunrawali, Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol.19 No.1 (2022).
- Synthia Sumartini Putri, Digital Marketing Sebagai Optimalisasi Strategi Pemasaran Wirausaha Muda "Clothing PRJBus" Dalam Meningkatkan Omset Bisnis UMKM. *Jurnal Lugas*. Vol. 6 , No. 2, Desember 2022.