

Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Kecil Masyarakat di Palmerah

Anisa Haidar¹⁾; Edward Syarif²⁾; Aulia Naro³⁾

¹⁾ *anisah.h.alatas@gmail.com, Fakultas Teknik, Universitas Mercu Buana*

Article Info:

Keywords:
*Digital Marketing,
MSMEs,
Social Media.*

Article History:

Received : June 03, 2023
Revised : October 10, 2023
Accepted : October 13, 2023

Article Doi:

<http://dx.doi.org/10.22441/jam.v9i1.16193>

Abstract

This service activity took place in the RT 05 area in the Palmerah sub-district. This activity aims to help develop the business of MSME players in the area by utilizing digital marketing as a marketing strategy in the midst of this pandemic. It is hoped that with this training participants will be able to create an online shop account, prepare registration requirements documents, create a free website and create content for digital-based offers to increase their sales on social media. Apart from that, this activity also teaches small and medium businesses to advertise online in several online applications, such as Tokopedia, Shopee and Instagram.

Abstrak

Kegiatan Pengabdian ini bertempat di kawasan RT 05 di daerah kecamatan Palmerah. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu mengembangkan bisnis para pelaku UMKM di daerah tersebut dengan memanfaatkan digital marketing sebagai salah satu strategi marketing ditengah pandemi ini. diharapkan dengan pelatihan ini peserta dapat membuat akun toko online, mempersiapkan dokumen persyaratan pendaftaran, membuat website free serta membuat konten untuk penawaran berbasis digital untuk meningkatkan penjualan mereka di sosial media. Selain itu, kegiatan ini juga mengajarkan para pelaku usaha kecil dan menengah untuk beriklan online di beberapa aplikasi onlinenya, seperti tokopedia, shopee, dan instagram.

Kata Kunci: *Digital Marketing, UMKM, Sosial media.*

PENDAHULUAN

Inspektur Jenderal Kementerian Keuangan Sumiyati mengatakan angka kemiskinan dan pengangguran diperkirakan akan naik cukup signifikan imbas adanya pandemi. Dimana kemiskinan kemungkinan akan naik sekitar 3,02 hingga 5,71 juta orang dan pengangguran meningkat kurang lebih 4,03 juta orang hingga 5,23 juta orang (Sumiyati, 2020).

Hal inilah yang melatarbelakangi hampir sebagian toko offline banyak yang gulung tikar, tutup dan kemudian berjualan dari rumah. kondisi ini tentunya membuat pelaku usaha harus mampu dan beradaptasi dengan dunia digital agar dapat meningkatkan penjualannya. ramainya pasar online menjadi daya tarik para penjual untuk membuka usaha secara online. dengan modal yang tidak besar dikarenakan tidak perlu membayar sewa toko seperti toko offline. Beberapa merchant online yang banyak dikunjungi seperti Shopee, Tokopedia, Blibli, Bukalapak, Lazada, JD.ID, Gojek, Grab, Traveloka, dll.

Salah satu dampak yang sangat dirasakan oleh beberapa dari masyarakat di daerah Palmerah di kawasan RT 05, Kemanggisan adalah pemutusan hubungan kerja. Hal ini sangat sulit dirasakan oleh warga yang mengalaminya. guna menyambung hidup mereka membuka usaha kecil-kecilan. beberapa warga yang sudah memiliki usahapun mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan oleh karenanya dibutuhkan strategi untuk meningkatkan penjualan.

Digital marketing dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran atau promosi suatu merek atau brand produk atau jasa yang dilakukan melalui media digital. Tujuan pemasaran ini adalah menjangkau sebanyak-banyaknya pelanggan dengan cara yang efisien, relevan, dan efisien (Binus, 2021). Jika pemasaran tradisional menggunakan media cetak sebagai sarannya, pemasaran digital banyak menggunakan media-media daring. Ada beberapa jenis pemasaran digital yang umum digunakan, antara lain: Website, Sosial Media, Influencer, Search Engine Marketing (SEM), Content Marketing, dll.

Hal ini tentu saja membuat pelaku usaha wajib mengikuti tren masa kini, yaitu toko online. Dengan banyaknya keterbatasan, Pelaku UKM harus mulai belajar mengenai digital marketing termasuk mendaftarkan usahanya secara online karena digital marketing memudahkan pelaku UKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan awareness dan meningkatkan penjualan bagi pelaku UKM (Febriyanto & Arisandi, 2018)

Harapannya adalah, pembeli mereka dapat bertambah yang akan mendorong peningkatan penjualan setiap harinya, memperbesar jangkauan pasar dan konsumen juga jadi hal yang sangat diharapkan dari penjualan online. Pembeli pun dapat dengan mudah mencari toko mereka dan membeli produknya tanpa harus tau dimana lokasinya, dan penjualpun dapat menjajakan produknya kepada orang luas dan memiliki potensi pembeli lebih banyak. Namun, tidak semua mengerti mengenai bagaimana cara mendaftarkan di toko online, bagaimana melakukan iklan agar toko dan produknya dilihat orang dan muncul teratas. bagaimana membuat website toko agar tampilannya menarik. Adapun Tujuan dari pelaksanaan pengabdian ini adalah memberikan informasi mengenai digital marketing, memandu mitra melakukan pendaftaran toko online, memperkenalkan website dan memberikan Informasi beriklan di sosial media.

Beberapa Toko online yang dibahas diantaranya adalah Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Grabfood, Shopeefood, Gofood, Traveloka Eat, dan pembuatan Website dengan menggunakan aplikasi Tokotalk, dimana aplikasi tokotalk bisa digunakan untuk membuat tampilan website dengan mudah untuk mitra UMKM dan tersedia layanan free dan premium yang berbayar.

Kegiatan pelatihan ini membawa manfaat bagi para pelaku UMKM yang belum mengetahui cara mendaftarkan tokonya di toko online dan dipandu sampai proses registrasi selesai.

METODE

Kegiatan yang dilakukan adalah berupa pelatihan pembuatan akun toko online dan website. Peserta mitra sebelumnya diminta menyiapkan berkas-berkas yang diperlukan untuk mengisi pendaftaran. Pendaftaran dilakukan secara online dari link pendaftaran setiap toko online dengan menggunakan handphone android mitra masing-masing.

Adapun berkas-berkas yang disiapkan diantaranya adalah : KTP, rekening bank, foto buku tabungan, alamat toko dan titik koordinat di map, logo atau foto untuk tampilan profile, foto banner, foto produk, list menu dan harga (khusus untuk pendaftaran gofood, shopeefood, grabfood, travelokaeat harga yang dimasukkan sudah dinaikkan 20% atau sesuai perhitungan pajak administrasi masing-masing merchant), serta foto toko tampak dalam dan tampak luar (foto ini diambil dimana di depan toko terdapat banner atau plank yang menjelaskan nama toko tersebut)..

Setelah semua berkas siap, mitra diminta untuk mendaftarkan tokonya di merchant toko online yang dipilih (tidak semua didaftarkan, misalnya jika menjual makanan pendaftaran difokuskan di shopeefood, grabfood, gofood, travelokaeat, jika barang bisa didaftarkan tokopedia, shopee dll. namun semua wajib membuat website sebagai tambahan untuk tampilan katalog menu yang rapi).

Di akhir sesi pertama peserta akan diberikan souvenir untuk pelengkap foto produk. Pembuatan foto produk dilakukan di rumah masing-masing, jika sudah selesai difoto, peserta boleh mempercantik tampilan dengan menggunakan aplikasi Canva.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk pendaftaran merchant gofood, peserta wajib mendownload terlebih dahulu aplikasi gobiz dan melakukan pendaftaran via aplikasi, sedangkan pendaftaran grab dilakukan melalui link website <https://www.grab.com/id/merchant/food/> . pendaftaran shopeefood dilakukan melalui link [pendaftaran shopeefood](#). sedangkan pendaftaran traveloka eats melalui link <https://m.traveloka.com/id-id/juno-marketing-restoran>.

Sedangkan untuk pendaftaran Shopee, Tokopedia, Lazada, dan lainnya dapat dilakukan di aplikasi masing-masing dengan mendownloadnya terlebih dahulu di Playstore.

Pembuatan website dilakukan dengan menggunakan aplikasi Toko Talk. di aplikasi ini, penjual bisa mendesign dengan sangat mudah tampilan design web mereka secara gratis. dan web mereka pun dapat langsung digunakan tanpa membayar biaya administrasi. pembeli dapat langsung melakukan transaksi pembelian di website tersebut. adapun pembayarannya bisa di lakukan dengan banyak metode, mulai dari transfer rekening pribadi, sampai dengan virtual account. Pendaftaran gofood, grabfood, shopeefood dilakukan jauh hari sebelum jadwal tatap muka pelatihan ini, karena dibutuhkan waktu untuk verifikasi akun, diharapkan saat pertemuan sudah terverifikasi tokonya, namun ada beberapa peserta yang statusnya masih menunggu verifikasi agar tokonya aktif. Bagi peserta yang belum memahami

cara pendaftaran online, dibantu saat pelatihan berlangsung. Berikut adalah nama-nama merchant yang sudah terdaftar :

Tabel 1 Nama Merchant yang Terdaftar

No	Nama Outlet	Grabfood	Gofood	Shopee food	Traveloka Eat
1	Nasi Uduk dan Ketupat Betawi Kemanggisan	Proses Pendaftaran (belum terverifikasi)			
2.	Cemilan kalibata ALR-Kalibata	Cemilan kalibata ALR-Kalibata	Cemilan Kalibata, ALR	Cemilan Kalibata ALR	Proses Pendaftaran (belum terverifikasi)
3.	Jajanan Hits Cibarusah	Jajanan Hits Cibarusah-wibawamulya	Proses Pendaftaran (belum terverifikasi)	Jajanan Hits Cibarusah	Proses Pendaftaran (belum terverifikasi)
4	Cemilan Tangsel	Cemilan Tangsel	Cemilan Tangsel	Cemilan Tangsel	Proses Pendaftaran (belum terverifikasi)
5	Sate Kambing dan ayam 151	Proses Pendaftaran (belum terverifikasi)			
6	Almanifa	Almanifa	Almanifa	Almanifa	Proses Pendaftaran (belum terverifikasi)

Untuk jenis usaha diluar dari pada makanan, pembuatan akun toko online menggunakan shopee, tokopedia, instagram atau website dengan Tokotalk.

Tabel 2. Akun sosmed dan toko online

Jenis Usaha	Nama Usaha	Instagram	Tokopedia	Shopee	Website
Pakaian Wanita	Reesya.id	@reesya.id	Belum dibuat	Reesya.id	Toko.ly/reesyaid
Baju Tidur Anak	Mimmibobbo	Mimmibobbo	Mimmibobbo	Mimmibobbo	Toko.ly/mimmibobbo
Mie Ayam	Jajanan Hits Cibusah	Jajanan_hits_cibusah	-	-	Toko.ly/jajananhitscibusah
Cemilan	Cemilan Kalibata ALR				Toko.ly/cemilankalibata
Sate kambing dan ayam	Sate 151	@sate.151	-	-	Toko.ly/sate151
Nasi Ayam	Almanifa	@Almanifa.food	-	@almanifa.food	Toko.ly/almanifa

Berikut adalah penampilan beberapa website dan food merchant yang sudah dibuat.



Gambar 1. Tampilan website yang dibuat

Untuk Transaksi yang dilakukan via merchant food seperti gofood, grabfood, shopeefood dikenakan potongan sebesar 20%, sehingga harga yang ditampilkan adalah harga yang sudah di naikkan sebesar 20% agar tidak rugi.

Adapun perhitungannya yang dapat digunakan rumus :

$$\text{Harga tampilan merchant} = \text{harga offline} / 0.8 \dots\dots\dots(1)$$

Misal, untuk menjual risol dengan harga offline 20.000 maka penjual wajib menaikkan sebesar 20% untuk biaya admin merchant, sehingga dengan menggunakan rumus (1) dapat dihitung harga online = $20.000/0.8 = 25.000$.

Selain itu, website free yang diajarkan dalam pelatihan ini menggunakan tokotalk, dimana bisa digunakan secara free, instan, dengan tampilan yang bagus, bisa terhubung dengan instagram dan pemasangan iklan online. adapun fitur yang ditampilkan adalah pembeli dapat melakukan transaksi di website dengan berbagai cara pembayaran yang sesuai dengan pilihan mereka. penjual bisa mencantumkan 1 nomer rekening tujuan yang bisa dipilih pembeli untuk melakukan pembayaran atau dengan metode pembayaran bank lainnya karena di tokotalk sudah tersedia banyak metode pembayaran di antaranya Transfer Bank (Rekening Pribadi) meliputi bank BCA, BCA Syariah, Mandiri, Mandiri Syariah, BNI, BNI Syariah, BRI, BRI Syariah, CIMB Niaga, BTN, Panin, Permata, Maybank (BII), Danamon, BTPN, UOB, Muamalat, Jatim, BJB, DKI, OCBC NISP, KEB Hana Indonesia. Pembayaran Virtual Account meliputi BCA, Mandiri, BNI, BRI, Permata, Danamon, E-wallet, OVO, ShopeePay, Transaksi juga dapat dilakukan dengan pembayaran di alfamart dan kartu credit/debit.

Pembayaran customer yang masuk ke EPAY akan muncul di halaman Saldo Saya dapat kamu tarik serta setor ke rekening pribadi. Minimal jumlah penarikan dana adalah Rp25.000 dan akan dikenakan biaya admin sebesar Rp3.500 untuk setiap penarikan. Namun jika pembayaran menggunakan pilihan bank pribadi, maka saldo otomatis di transfer ke rekening penjual dan tidak ada biaya tambahan yang terpotong. Untuk pembayaran COD, uang akan diterima di saldo satu hari setelah barang diterima customer.

Selain itu, penggunaan Instagram sebagai media iklan juga sangat penting. sehingga disarankan kepada semua peserta membuat akun instagram untuk iklan. sebagian sudah memiliki akun instagram namun dengan nama akun pribadi. Oleh karena itu, dihimbau kepada semua peserta untuk mengganti nama/ membuat akun baru untuk masing-masing bisnisnya. upload produk pun diwajibkan dibuat menarik untuk menggugah selera berbelanja. Untuk itu, pelatihan kali ini kami kirimkan bingkisan foto produk kepada semua peserta untuk digunakan sebagai bahan pembuatan konten foto produk atau video.

Bagi konsumen yang mau memasang iklan di instagram, facebook, google bisa dilakukan langsung dari Tokotalk, sedangkan iklan produk di shopee bisa langsung dari shopee seller center.

PENUTUP

Simpulan

Dari hasil pelatihan ini dapat disimpulkan bahwa UMKM sangat membutuhkan bantuan mengenai peningkatan penjualan menggunakan strategi digital marketing. oleh karena itu, diharapkan dengan adanya pelatihan ini para pelaku usaha bisa terbantu dan menyerap informasi mengenai berbisnis online dan beriklan di sosial media, membuat konten dan foto menarik, dan menyajikan dagangannya semenarik

mungkin dan terlihat rapi dan profesional dengan menggunakan tampilan free website dari tokotalk.

Saran

Adapun saran dari pelatihan ini yaitu untuk penyelesaian tugas yang diberikan memerlukan waktu yang cukup lama, sehingga ada baiknya sebelum dimulai peserta diwajibkan menyiapkan materi-materi yang dibutuhkan sehingga semua dapat mengikuti setiap step by step yang didemokan, sehingga tidak ada yang ketinggalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Shandy. Rahmi, PurnamaDedi. 2017. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM Di Kelurahan Malaka Sari Duren Sawit. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani. Vol. 1. No 1, Juli 2017.
- Binus. 2021, Apa sih Digital Marketing itu ?,
<https://onlinelearning.binus.ac.id/2021/10/13/apa-sih-digital-marketing-itu/>
- CNN Indonesia, 2020, Survei BPS: Pemasukan 84 Persen Usaha Kecil Turun Saat Corona.
- Febriantoro, M.T & Arisandi, D. 2018. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara. Vol. 1 (2)
- Handoyo, 2020, Akibat pandemi Covid-19, pengangguran dan kemiskinan diprediksi mengalami lonjakan, Nasional.kontan.co.id.