
Marketing Berbasis Digital Pengurus Kelompok Spp & Bep Penerima Manfaat Upk Pdb Dapm Desa Keden Kecamatan Kalijambe

Heriyanta Budi Utama¹, Nani Irma Susanti^{2*}, Adi Penawan³, Hartawan⁴, Sumaryanto⁵

^{1,2,3,4}Universitas Dharma AUB Surakarta

⁵Universitas Slamet Riyadi Surakarta

¹²³⁴ Jl. Mr. Sartono 46 Cengklik Nusukan Surakarta

⁵ Jl. Sumpah Pemuda Nomor 18 Kadipiro Banjarsari Surakarta

e-mail: naniirma99@gmail.com

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan KAMIS 31 AGUSTUS 2023 dengan judul “Peningkatan Kapasitas Marketing Berbasis Digital Pengurus Kelompok SPP & BEP Penerima Manfaat UPK PDB DAPM Desa Keden Kecamatan Kalijambe” bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pemasaran berbasis digital bagi kelompok SPP & BEP dan penerima manfaat UPK PDB DAPM di desa Keden Kecamatan Kalijambe Kabupaten Sragen. Kegiatan ini melibatkan pelatihan, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi untuk meningkatkan pemahaman dan ketrampilan peserta/pengurus kelompok dalam meningkatkan pemasaran digital. Manfaat pengabdian kepada masyarakat, seperti peningkatan keterampilan dan pengetahuan masyarakat, peningkatan daya saing dan kesempatan ekonomi, pengembangan kemampuan mahasiswa dan dosen, serta mendorong pengembangan wilayah dan kewirausahaan. Diharapkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat dan para pelaku pengabdian. Materi Marketing digital yang diberikan tentang Strategi digital marketing, e-commerce, dan teknologi fintech.

Keywords: Strategi digital marketing, e-commerce, dan teknologi fintech, Pengurus Kelompok SPP & BEP Penerima Manfaat UPK PDB DAPM

1. PENDAHULUAN

Masyarakat (UPK - PDB DAPM) salah satu kegiatannya adalah memberikan pinjaman bagi kelompok SPP dan UEP. Dana yang digulirkan akan terus digunakan sebagai pembiayaan kegiatan ekonomi produktif bagi masyarakat pelaku UMKM di wilayah Kalijambe. Dana bergulir tersebut dikelola dalam sistem pembiayaan dana bergulir. Kelompok masyarakat yang memanfaatkan dana tersebut wajib mengembalikan kepada pengelola di tingkat kecamatan.

Dalam menjaga keberlanjutan kegiatan perguliran ini tidak lepas dari peran serta pengurus kelompok peminjam selaku pengelola dalam kegiatan perguliran ini, maka diperlukan kegiatan yang dapat meningkatkan kapasitas dan kemampuan dari pengurus kelompok. Perkembangan kelompok peminjam sampai dengan bulan Juni 2023 sejumlah 228 kelompok peminjam dengan perincian kelompok Simpan Pinjam Kelompok Perempuan (SPP) sejumlah 132 kelompok dan pinjaman Kelompok Usaha Ekonomi Produktif (UEP) sejumlah 86 kelompok dengan jumlah pemanfaat yang bergabung sampai dengan bulan ini sejumlah 1.318 pemanfaat dengan perincian pemanfaat laki-laki sejumlah 212 orang dan pemanfaat perempuan sejumlah 1.106 orang.

Dengan sumber daya manusia khususnya penerima manfaat yang menjadi penerima manfaat/Debitur UPK – PDB DAPM Kalijambe saat ini maka diperlukan kegiatan workshop peningkatan kapasitas bagi pengurus kelompok diantaranya ketua, sekretaris dan bendahara sehingga Pengurus Kelompok akan mampu dan terampil dalam mengelola Organisasinya serta pengelolaan keuangan kelompok yang baik.

Kegiatan Workshop peningkatan kapasitas pengurus kelompok ini dilaksanakan dengan berkerjasama antara Pelaku DAPM Kecamatan Kalijambe Bersama-sama dengan Universitas Dharma AUB Surakarta sebagai Pengabdian Kampus.

Latar belakang mengenai peningkatan kapasitas marketing berbasis digital penghasilan kelompok SPP & BEP Penerima Manfaat UPK PDB DAPM Desa Keden Kecamatan Kalijambe Kabupaten

Sraggen melibatkan penggunaan berbagai strategi dan teknik digital marketing untuk meningkatkan daya tarik dan penjualan produk dan layanan. Berikut adalah beberapa poin penting yang perlu diperhatikan dalam konteks ini:

Digital marketing adalah cara promosi dan penjualan produk dan layanan melalui internet, perangkat mobile, sosial media, dan lainnya. Menggunakan digital marketing, bisnis dapat mencapai lebih banyak pelanggan, meningkatkan kesadaran merek, dan menunjukkan audiensi merek bahwa merek sesuai dengan nilai-nilai mereka.

Strategi digital marketing melibatkan menggunakan berbagai kanal digital seperti layanan sosial media, pemasaran pay-per-click, optimasi mesin pencari, dan email marketing. Dengan menggunakan strategi digital marketing yang efektif, bisnis dapat meningkatkan daya tarik dan penjualan merek. Content marketing adalah salah satu jenis digital marketing yang melibatkan membuat dan distribusi konten yang relevan dan menarik untuk audiensi target. Dengan menciptakan konten yang baik dan menyampaikan secara efektif, bisnis dapat meningkatkan kesadaran merek dan menghidupkan pelanggan baru.

Email marketing adalah satu alat digital marketing yang efektif untuk menghubungkan dengan pelanggan dan menciptakan lead. Dengan menggunakan email marketing, bisnis dapat mengumpulkan data email pelanggan, mengirimkan informasi yang relevan, dan mengundang pelanggan untuk berbelanja. Social media marketing adalah proses menggunakan sosial media untuk membangun kesadaran merek dan menghidupkan pelanggan. Dengan menggunakan strategi social media marketing yang baik, bisnis dapat membangun jaringan yang kuat dengan pelanggan dan menciptakan lead.

Dalam konteks peningkatan kapasitas marketing berbasis digital penghasilan kelompok SPP & BEP Penerima Manfaat UPK PDB DAPM Desa Kedén Kamatan Kalijambe Kabupaten Sraggen, penting untuk menggunakan strategi dan teknik digital marketing yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan penjualan produk dan layanan. Dengan mengintegrasikan digital marketing ke dalam strategi pemasaran, bisnis dapat mencapai lebih banyak pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Identifikasi Masalah

Beberapa aplikasi pemasaran digital yang dapat bermanfaat untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) antara lain:

- a. Masuknya UMKM ke dalam e-commerce dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, karena merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.
- b. Teknologi keuangan (fintech) dengan menggunakan kecerdasan buatan (AI) dapat memberikan banyak manfaat bagi UMKM, seperti dalam hal manajemen keuangan, analisis risiko, dan layanan keuangan lainnya.
- c. Penggunaan berbagai strategi digital marketing, seperti pemasaran melalui media sosial, iklan online, dan content marketing, dapat membantu UMKM untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka.

Dengan memanfaatkan berbagai aplikasi pemasaran digital ini, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan memperkuat keberadaan bisnis mereka di era digital.

2. METODE PENGABDIAN

- a. Khalayak Sasaran
Pengurus Kelompok SPP & BEP Penerima Manfaat UPK PDB DAPM Desa Kecamatan Kalijambe
- b. Metode Kegiatan PPM
Kegiatan ini dilaksanakan dengan menggunakan metode pelatihan dan pendampingan. Pelatihan

dilakukan dengan cara memberikan materi tentang pemasaran berbasis digital kepada pengurus kelompok SPP & BEP. Materi yang diberikan meliputi pengenalan tentang pemasaran berbasis digital, strategi pemasaran berbasis digital, dan penggunaan media sosial untuk pemasaran. Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan untuk membantu pengurus kelompok SPP & BEP dalam menerapkan strategi pemasaran berbasis digital yang telah dipelajari.

c. Langkah-langkah Kegiatan PKM

Pengajuan Proposal Pengabdian Kepada Masyarakat kepada LPPM: Sesuai dengan buku pedoman dan template yang telah ditentukan proposal harus menjelaskan tujuan kegiatan,

- 1) Langkah Pengajuan Proposal Pengabdian kepada Masyarakat: Proposal harus menjelaskan tujuan kegiatan, langkah-langkah pelaksanaan, dan keuntungan yang dihasilkan. Ditujukan ke pihak LPPM.
- 2) Kontrak Pengabdian kepada Masyarakat: Setelah proposal diaprovasi, dilakukan kontrak pengabdian kepada masyarakat untuk menjamin penyelesaian tugas. Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat: Pelaksanaan ini melibatkan pendidikan, penelitian, dan pengembangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Langkah-langkah dalam pelaksanaan ini meliputi:
- 3) Layanan kepada masyarakat, seperti kursus, penyuluhan, dan proyek Pelayanan pada masyarakat, seperti konsultasi. yang mencakup bidang kewiraswastaan, sarana dan prasarana, produksi, pendidikan, sosial budaya, dan akuntansi dari segi digitalisasinya.
- 4) Pengembangan wilayah secara terpadu, yang menghasilkan konsep atau pola perencanaan pembangunan wilayah
- 5) Pengembangan hasil penelitian, yang adalah proses pemanfaatan hasil penelitian yang siap untuk dipakai atau dimanfaatkan oleh masyarakat.



Gambar 1. Tim PKM

d. Monitoring dan Evaluasi Pengabdian kepada Masyarakat:

Setelah pelaksanaan kegiatan, dilakukan monitoring dan evaluasi untuk menilai efektivitas dan efisiensi kegiatan, serta menentukan keberhasilan pengabdian kepada masyarakat dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, penting untuk memastikan bahwa langkah-langkah di atas diselurahi oleh tim pengabdian yang terdiri dari dosen dan mahasiswa. Selain itu, perlu memastikan bahwa kegiatan ini menjadi tanggung jawab dan bermanfaat bagi masyarakat itu sendiri.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Setelah dilakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan, pengurus kelompok SPP & BEP mampu memahami konsep pemasaran berbasis digital dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Mereka juga mampu menerapkan dan menggunakan baik strategi digital marketing maupun media sosial untuk memasarkan produk-produknya. Sebagai hasil dari kegiatan ini, terjadi peningkatan penjualan produk-produk kelompok SPP & BEP.



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan PKM

b. Pembahasan Hasil Pelaksanaan Kegiatan PKM

Berdasarkan hasil pencarian, pembahasan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Peningkatan Kapasitas Marketing Berbasis Digital Pengurus Kelompok SPP & BEP Penerima Manfaat UPK PDB DAPM Desa Kecamatan Kalijambe Kabupaten Sragen" dapat mencakup beberapa aspek, seperti evaluasi pelaksanaan, faktor pendukung, dan manfaat bagi dosen. Namun, informasi spesifik mengenai hasil pelaksanaan kegiatan tersebut tidak ditemukan dalam sumber yang disediakan.

c. Hasil Pelaksanaan PKM,

Program yang bertujuan meningkatkan kapasitas marketing berbasis digital untuk pengurus

kelompok SPP & BEP yang menerima manfaat UPK PDB DAPM Desa. Berikut adalah beberapa hasil yang terkait dengan program ini:

- 1) Pengertian Digital Marketing: Digital marketing adalah upaya marketing secara online yang menggunakan berbagai aset, seperti situs web, video, gambar, konten tertulis, dan halaman media sosial untuk terhubung dengan pelanggan. Digital marketing juga mencakup strategi khusus untuk mendorong keterlibatan dengan konsumen, seperti iklan bayar per klik, pencarian berbayar, pengoptimalan mesin pencari, atau iklan media sosial berbayar.
- 2) Kelebihan Digital Marketing: Digital marketing memiliki beberapa kelebihan, seperti hemat biaya, dapat diukur, dan dapat dilakukan secara nonstop 24 jam perhari dan 7 hari perminggu. Biaya yang diperlukan untuk digital marketing relatif murah atau bahkan gratis, sehingga sangat memungkinkan bagi bisnis kecil untuk menggunakannya.
- 3) Jenis Digital Marketing: Digital marketing tidak hanya berjualan media sosial atau website saja, tetapi ada beragam jenis digital marketing. Beberapa jenis digital marketing yang perlu diketahui adalah Search Engine Marketing (SEM), yang melibatkan penggunaan mesin pencari dan dibagi menjadi dua area, yaitu SEO dan PPC.

Mesin pencari adalah sebuah sistem yang digunakan untuk mencari informasi di internet. Sistem ini menggunakan algoritma untuk mengindeks dan mengorganisir konten dari situs web dan lain-lain, sehingga pengguna dapat mencari informasi yang relevan dengan kata kunci yang dientrikan.

Mesin pencari dibagi menjadi dua area, yaitu:

- a) SEO (Search Engine Optimization): SEO adalah serangkaian teknik dan strategi yang digunakan untuk meningkatkan peringkat dan visibilitas sebuah halaman website di hasil pencarian mesin pencari seperti Google. Tujuan utama SEO adalah membuat situs web muncul di halaman pertama hasil pencarian untuk kata kunci tertentu. SEO memerlukan waktu untuk melihat hasil yang signifikan dan memerlukan optimasi konten, backlinking, dan perbaikan teknis situs web.
- b) PPC (Pay-Per-Click): PPC adalah model iklan online di mana pengiklan membayar setiap kali pengguna mengklik iklan mereka. Iklan PPC muncul di bagian atas atau samping hasil pencarian organik. PPC memberikan hasil instan, dengan iklan dapat muncul di halaman hasil pencarian dengan cepat. Biaya PPC langsung terkait dengan jumlah klik yang diterima iklan, dan pengiklan menetapkan anggaran harian atau bulanan untuk kampanye mereka.

Dengan demikian, mesin pencari adalah sistem yang digunakan untuk mencari informasi di internet, sedangkan SEO dan PPC adalah dua strategi yang digunakan untuk meningkatkan visibilitas situs web di mesin pencari.

- 4) Penggunaan Digital Marketing di Era 4.0: Kegiatan marketing di era digital tidak hanya berfokus pada proses menyampaikan barang dan jasa kepada konsumen. Akan tetapi, kegiatan marketing di era industri 4.0 ini memiliki jangkauan yang lebih luas dan mencakup kepuasan para konsumen atau pelanggan. Perkembangan teknologi digital memungkinkan bisnis untuk

tampil di depan orang yang tepat pada waktu yang tepat dan meningkatkan kemungkinan orang tersebut akan memilih brand dan atau produk mereka.

- 5) Interaksi Langsung dengan Pelanggan: Digital marketing memungkinkan perusahaan untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan melalui media sosial dan alat komunikasi digital lainnya. Ini menciptakan peluang untuk mendengar umpan balik, menjawab pertanyaan, dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan.
- 6) Kemampuan Targeting yang Lebih Tepat: Digital marketing memungkinkan perusahaan untuk mengarahkan pesan mereka kepada audiens yang sangat spesifik. Ini berarti perusahaan dapat menghindari pemborosan dengan hanya memasarkan kepada orang-orang yang berpotensi tertarik dengan produk atau layanan mereka.
- 7) Skalabilitas: Digital marketing dapat disesuaikan dengan ukuran bisnis apa pun. Baik itu perusahaan kecil atau besar, digital marketing dapat digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran mereka.

Dengan demikian, program Pkm Peningkatan Kapasitas Marketing Berbasis Digital Pengurus Kelompok SPP & Bep Penerima Manfaat Upk PDB Dapm Desa bertujuan meningkatkan kemampuan pengurus kelompok SPP & BEP dalam menggunakan digital marketing untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk mereka.

d. Hambatan dalam Pelaksanaan

- 1) Waktu yang singkat dan tidak mencukupi
- 2) Sarana dan Prasarana yang tidak memadai
- 3) Peserta yang latar belakang berbeda
- 4) Biaya yang minim

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan, dapat disimpulkan bahwa pelatihan dan pendampingan dalam pemasaran berbasis digital dapat meningkatkan kapasitas marketing pengurus kelompok SPP & BEP penerima manfaat UPK PDB DAPM Desa Kecamatan Kalijambe Kabupaten Sragen. Diharapkan kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi pengurus kelompok SPP & BEP dan masyarakat sekitar, walaupun anggota sudah menggunakan pemasaran digital tetapi kegiatan pemasaran dan toko digital belum optimal.

5. SARAN

Untuk kegiatan selanjutnya, disarankan agar dilakukan pelatihan dan pendampingan yang lebih intensif dan berkelanjutan agar pengurus kelompok SPP & BEP dapat terus meningkatkan kapasitas marketing mereka. Selain itu, juga perlu dilakukan evaluasi terhadap hasil kegiatan untuk mengetahui dampak yang lebih jelas dari kegiatan ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Diucapkan terimakasih kepada Pimpinan UPK PDB DAPM Desa Kecamatan Kalijambe Kabupaten Sragen.

DAFTAR PUSTAKA

- Firman, A. (2023). PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN TECHNOPRENEURSHIP TERHADAP KINERJA UMKM MELALUI INOVASI LAYANAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA SEKTOR PERCETAKAN DI KOTA MAKASSAR. *Jurnal Magister Manajemen Nobel Indonesia*, 4(5), 924-938.
- Firdausi, I. N., & Farida, S. N. (2023). Pentingnya Klasifikasi Customer Sebelum Melakukan Perancangan Strategi Digital Marketing. *Jurnal Nusantara Berbakti*, 1(3), 01-09.
- Hidayatika, A., Karyanto, K., Sarkowi, M., Darmawan, I., & Mulyasari, R. Similiarity_Pelatihan Olimpiade Kebumian Bagi Guru Pembimbing Olimpiade Kebumian Di SMAN 2 Kota Bandar Lampung.
- Jalal, A., Al Mubarak, M., & Durani, F. (2023). Financial technology (fintech). In *Artificial Intelligence and Transforming Digital Marketing* (pp. 525-536). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Jaya, I., & Nisar, N. (2023). INOVASI PEMASARAN UMKM TAHU DI DESA KALIREJO LAMPUNG TENGAH MENGGUNAKAN E-COMMERCE. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(8), 5943-5948.
- Putri, T. B. (2023). IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING PADA PRODUK UMKM DESA KUTAMUKTI KECAMATAN KUTAWALUYA. *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MAHASISWA*, 2(2), 4464-4474.
- Panda, M., & Mishra, A. (2022). Digital marketing. *See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/358646409>*.
- Rachmadewi, I. P., Firdaus, A., Qurtubi, Q., Sutrisno, W., & Basumerda, C. (2021). Analisis strategi digital marketing pada toko online usaha kecil menengah. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 7(2), 121-128.
- Suwitho, S., Palupi, D. P. D., Iswara, U. S., & Setyabudi, T. G. (2023). PELATIHAN ETIKA BISNIS, MANAJEMEN PEMASARAN DAN PEMBUKUAN SEDERHANA BAGI UMKM DI SWK TAMAN BUNGKUL. *Jurnal Kreativitas dan Inovasi (Jurnal Kreanova)*, 3(1), 30-35.
- Talosig, E. (2022). Improving Digital Marketing for Attracting the Target Customer Segments.
- Urbanus, Y. J., & Dharsana, I. M. P. Preparation and Obstacles of Notary Position in Facing the Society 5.0 Era on Making of Notary Deeds.