

Seminar *Digital Marketing* Pemanfaatan Media untuk *Branding* dan Pemasaran

Anggun Delavista*, Fajar Cahya Aryawinanda, Hammam Defa Adi Nugraha, Dewi Siti Nur Aisah, Isma Iyyatul Mauidhoh, M. Nurfajrul Rahman, Windi Anis Intani Sonhaji

UIN Walisongo Semarang

Email: kknmit18posko30@gmail.com

ABSTRACT

The Digital Marketing Seminar with the theme "Using Media for Branding and Marketing" which was carried out by KKN Posko 30 students of UIN Walisongo Semarang which took place at the Karangroto Village Hall, aims to increase the understanding of UMKM players, especially women in Karangroto Village, regarding how important it is to digital marketing in developing business in the modern era. Through the presentation of material from the presenters regarding branding strategies for MSMEs, digital marketing for UMKM, and steps for implementing the use of the Gobiz platform, the participants gained new insights and skills in utilizing digital media to expand their market reach and increase sales turnover. The positive response from participants, their enthusiasm in learning more about e-commerce and other digital platforms shows the success of this event. This seminar provides motivation for MSME players to compete in the digital market. UMKM players are now better prepared to take advantage of the opportunities offered by digital technology in developing their businesses. So it is hoped that in the future MSME players will be able to contribute to regional economic growth.

Keyword: *UMKM, digital, marketing, branding, social media*

ABSTRAK

Seminar Digital Marketing dengan tema "Pemanfaatan Media untuk Branding dan Pemasaran" yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN Posko 30 UIN Walisongo Semarang yang bertempat di Balai Kelurahan Karangroto ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM, khususnya ibu-ibu di Kelurahan Karangroto, yaitu tentang bagaimana pentingnya digital marketing dalam mengembangkan bisnis di era modern. Melalui pemaparan materi dari pemateri tentang strategi branding bagi UMKM, pemasaran digital untuk UMKM, dan Langkah-langkah penerapan penggunaan platform Gobiz, para peserta mendapatkan wawasan dan keterampilan baru dalam memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan omzet penjualan. Respon positif dari peserta, antusias mereka dalam mempelajari lebih lanjut tentang e-commerce dan platform digital lainnya menunjukkan keberhasilan acara ini. Seminar ini memberikan motivasi bagi pelaku UMKM untuk berkompetisi di pasar digital. Para pelaku UMKM kini lebih siap untuk memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh teknologi digital dalam mengembangkan usaha mereka. Sehingga diharapkan nantinya para pelaku UMKM mampu ikut berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi daerah.

Kata Kunci: *UMKM, digital, pemasaran, branding, media sosial*

PENDAHULUAN

Di era *digital* yang saat ini semakin berkembang, memiliki kemampuan dibidang *digital marketing* yang mumpuni merupakan salah satu faktor keberhasilan pemasaran bagi para pelaku usaha. Penerapan *digital marketing* ini tidak hanya dilakukan oleh perusahaan dalam skala besar, tetapi juga dalam skala kecil dan menengah atau yang lebih dikenal dengan UMKM. *Digital marketing* adalah salah satu cara yang efektif, dimana perusahaan dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Pemasaran *digital* mengacu pada berbagai strategi dan taktik yang digunakan untuk membangun citra merek, mempromosikan produk atau layanan, dan menuangkan ide baru melalui berbagai platform digital seperti *website*, media sosial, dan email marketing,

serta meningkatkan laba. Pemasaran *digital* memungkinkan bisnis menjangkau calon konsumen secara efektif dan efisien serta memperluas jangkauan pasar mereka.

Pemasaran *digital* mencakup berbagai elemen seperti *Search Engine Optimization (SEO)*, *Pay Per Click (PPC)*, pemasaran media sosial, pemasaran email, dan pemasaran konten. Masing-masing elemen ini memainkan peran penting yang berbeda dalam membangun dan memperkuat citra merek, meningkatkan kesadaran, dan menghasilkan konversi. Pemasaran digital memungkinkan perusahaan mengukur dan mengevaluasi kinerja kampanye dengan lebih efektif dan efisien. Data dari berbagai platform *digital* dapat digunakan untuk mengambil keputusan yang lebih baik dan mengoptimalkan strategi pemasaran. Pemasaran *digital* juga memberikan peluang bagi pelaku bisnis untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan melalui berbagai saluran komunikasi *digital*. Hal ini memungkinkan bisnis untuk mendengarkan dan memahami umpan balik pelanggan serta memberikan layanan yang lebih baik. Secara keseluruhan, pemasaran *digital* telah menjadi bagian penting dari strategi pemasaran modern.

Melalui *digital marketing* pemanfaatan media untuk *branding* dan pemasaran juga dapat membantu perusahaan dalam rangka menunjukkan nilai dan identitas produk atau layanannya. Melalui konten dan narasi yang konsisten di berbagai platform tentunya dapat membangun citra merek yang kuat dan mudah dikenali oleh konsumen. Dalam hal ini *digital marketing* tidak hanya sebagai media promosi, tetapi juga sebagai wadah untuk menyampaikan nilai-nilai perusahaan yang lebih luas.

Selain menawarkan manfaat, *digital marketing* juga menghadapi tantangan yang ada. Salah satu tantangan yang dihadapi yaitu persaingan pemasaran *digital* yang lebih ketat. Sebab saat ini banyak pebisnis muda yang terjun ke sektor *digital marketing*, yang dimana pemahaman mereka lebih tinggi dibandingkan dengan pelaku UMKM lokal. Oleh karena itu pelaku UMKM lokal perlu menemukan inovasi baru untuk menonjolkan produk atau layanannya ditengah kemajuan teknologi informasi. Pelaku UMKM dituntut untuk menciptakan kreativitas dalam proses membuat konten dan ketelitian dalam memilih platform yang tepat agar target konsumen dapat tercapai.

Begitu juga dengan UMKM yang ada di Kelurahan Karangroto Kecamatan Genuk. Kebanyakan dari mereka masih kurang memahami penggunaan *digital* untuk pemasaran produk. Maka dari itu, mahasiswa KKN Posko 30 UIN Walisongo Semarang dalam rangka menjalankan program kerja Kuliah Kerja Nyata mengadakan Seminar *Digital Marketing* dengan Tema “Pemanfaatan Media Untuk *Branding* dan Pemasaran”. Acara ini dilaksanakan pada Sabtu, 20 Juli 2024 yang bertempat di balai Kelurahan Karangroto, Kecamatan Genuk Kota Semarang. Seminar ini dirancang khusus bagi ibu-ibu pelaku UMKM yang ingin meningkatkan pemahaman tentang pentingnya *digital marketing* bagi bisnis mereka, mempelajari strategi *branding* dan pemasaran yang efektif di media *digital*, meningkatkan penjualan dan menjangkau pelanggan yang lebih luas, sehingga meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah.

METODE

Kegiatan seminar ini khusus diadakan bagi pelaku UMKM, dengan judul “Seminar *Digital Marketing* dalam Pemanfaatan Media untuk *Branding* dan Pemasaran” yang dilaksanakan di balai Kelurahan Karangroto, Jl. Karangroto Raya RW. 1 RT. 1, Kec. Genuk, Kota Semarang. Kegiatan ini diikuti oleh ibu-ibu pelaku UMKM di wilayah Kelurahan Karangroto yang mempunyai usaha dan didukung oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Mandiri Inisiatif Terprogram Moderasi Beragama ke-18 UIN Walisongo Semarang. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam bentuk dua metode yaitu:

- a. Menggunakan metode ceramah yaitu metode yang mempertimbangkan pentingnya peran *digital marketing* dalam pengembangan usaha UMKM khususnya dalam peningkatan kegiatan promosi. Pemaparan tersebut juga menampilkan beberapa contoh UMKM yang sukses memanfaatkan media *digital* untuk kegiatan promosi. Oleh karena itu, kegiatan ini dapat membuat para pelaku UMKM menyadari pentingnya memanfaatkan pemasaran *digital* di era saat ini.
- b. Memberikan praktik langsung dengan tutorial membuat akun di media *digital*. Akun bisnis *e-commerce* yang digunakan sebagai media *digital*, contohnya seperti aplikasi “*Gobiz*”. Pemberian tutorial kepada pelaku UMKM diawali dari pengenalan *Gobiz* terlebih dahulu, lalu dilanjutkan dengan pendaftaran di aplikasi *Gobiz*. Hal ini tentunya harus didampingi dengan pengetahuan tentang bagaimana cara mengoptimalkan seluruh fitur dan manfaat media *digital* tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, tantangan yang paling utama dalam menghadapi bisnis modern yaitu proses pemasaran pada penggunaan media sosial atau *e-commerce*. Begitu juga dengan persaingan UMKM yang semakin ketat di era *digital* yang semakin berkembang saat ini, penggunaan media *social* semakin meningkat untuk menemukan segala informasi secara cepat. Apalagi di bidang bisnis modern yang sekarang ini banyak digeluti oleh para pengusaha muda. Begitu juga dengan UMKM yang ada di Kelurahan Karangroto Kecamatan Genuk. Para pelaku UMKM masih kurang memahami penggunaan *digital* untuk melakukan pemasaran produk. Maka dari itu, mahasiswa KKN Posko 30 UIN Walisongo Semarang dalam rangka menjalankan program kerja Kuliah Kerja Nyata (KKN) mengadakan Seminar *Digital Marketing* dengan tema “Pemanfaatan Media Untuk *Branding* Dan Pemasaran.” Acara ini dilaksanakan pada Sabtu, 20 Juli 2024 yang bertempat di balai Kelurahan Karangroto, Kecamatan Genuk Kota Semarang.

Seminar ini dirancang khusus bagi ibu-ibu pelaku UMKM yang ingin meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya *digital marketing* bagi bisnis mereka, memahami strategi *branding* dan pemasaran yang lebih efektif melalui media *social*, dan menjangkau pelanggan secara luas serta meningkatkan omzet penjualan. Seminar ini juga telah memberikan motivasi kepada pemilik UMKM untuk terus mengasah keahliannya dalam pemasaran di bidang *digital*. Kegiatan ini diawali dengan pembukaan oleh Koordinator Desa M. Nurfajrul Rahman. Lalu Ketua UMKM Karangroto Ibu Rodiah, dilanjutkan oleh lurah Karangroto Bapak Waluyo Budi Utomo S.T. Selanjutnya pemaparan materi oleh Panca Savira Dewi S.E. mengenai pengenalan dasar *digital marketing*. Lalu menentukan strategi *branding* dalam meningkatkan penjualan produk atau layanan, dilanjutkan dengan pengenalan cara-cara melakukan pemasaran melalui media *social* bagi UMKM, terakhir melakukan pelatihan cara mendaftarkan produk atau jasa melalui aplikasi *Gobiz*.



Gambar 1. Seminar Digital Marketing di Balai Kelurahan Karangroto

Menurut keterangan ketua UMKM di Kelurahan Karangroto Ibu Rodiah menjelaskan bahwa acara seminar ini mendapatkan respon yang positif dari para pelaku UMKM. Menurut beliau acara seminar ini juga sangat membantu ibu-ibu pelaku UMKM dalam meningkatkan omzet penjualan mereka. Melalui acara seminar ini juga Ibu Rodiah berharap agar ibu-ibu pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah dapat memasarkan produk atau layanannya melalui aplikasi *digital* yang telah dipaparkan, dan juga ibu-ibu pelaku UMKM diharapkan dapat memanfaatkan platform *digital* sederhana seperti *shopeefood*, *grabfood*, dan *gofood* untuk menjangkau pelanggan secara luas. Rencana selanjutnya yaitu Ibu Rodiah berharap agar setelah menguasai platform sederhana, para pelaku UMKM juga dapat menguasai cakupan pasar yang luas, seperti *Website*, *Google Ads*, *Facebook Ads*, dan *Tiktok Shop*. Selain itu Ibu Rodiah juga menyampaikan rasa terima kasih kepada mahasiswa KKN Posko 30 UIN Walisongo yang telah menyelenggarakan acara Seminar *Digital Marketing* ini.

Hasil yang dicapai dalam pengabdian masyarakat dalam acara Seminar *Digital Marketing* dengan tema “*Digital Marketing* dalam pemanfaatan media untuk *branding* dan pemasaran” dapat memotivasi masyarakat sekitar untuk berani bergabung dalam persaingan *digital* di *e-commerce*. Setelah pelaksanaan seminar ini banyak para pelaku usaha yang antusias untuk mendaftarkan akun bisnisnya ke *e-commerce*, karena hal ini akan membantu untuk meningkatkan omzet penjualan produk di era yang serba *digital*. Banyak dari peserta juga penasaran dan ingin belajar lebih lanjut tentang aplikasi *e-commerce* lainnya.

SIMPULAN

Seminar ini berhasil meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM, khususnya ibu-ibu di Kelurahan Karangroto, mengenai pentingnya digital marketing dalam era bisnis modern. Melalui pemaparan materi tentang strategi branding, pemasaran digital, dan tutorial praktis penggunaan platform seperti Gobiz, para peserta mendapatkan wawasan dan keterampilan baru dalam memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan penjualan. Respon positif dari peserta, terutama terkait antusiasme mereka dalam mempelajari lebih lanjut tentang e-commerce dan platform digital lainnya, menunjukkan keberhasilan seminar ini dalam memberikan motivasi untuk berkompetisi di pasar digital. Para pelaku UMKM kini lebih siap memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh teknologi digital dalam mengembangkan usaha mereka.

DAFTAR RUJUKAN

- Erwin, S.E., M. M., C. DMP., CCC dkk. (2024). *Pemasaran Digital Teori dan Implementasi* Yogyakarta: PT. Green Pustaka Indonesia.
- Harmawan Teguh Saputra, Ferda Maryatul Rif'ah, Bayu Andrianto. (2023). *Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM*. 1(1), 29-37
- Jatiro Feshago Panjalu, RR. Siti Muslikhah, Tri Lestari Wahyuning Utami. (2024). *Pemasaran Digital untuk Branding dalam Pengembangan UMKM di Indonesia*. 22(1), 69-79
- Lusiana Rahmawati dan Maharani Ikaningtyas. (2023). *Penerapan Digital Marketing untuk Mendukung UMKM Segit Snack di Kebumen*. 1(3), 63-71
- Mohammad Saat Ibnu Waqfin, Sindi Ramania Wulandari, Fenti Mamlumat Tifliya, Susi Indrayani, Wahyudi, Muhamad Khoirur Roziqin. (2021). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang*. 2(3), 155-159