

## PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL PADA PEDAGANG UMKM DI STORE PUTRA SHOLEH KIRINGAN SEBAGAI ALAT PEMASARAN

Anisa Fitri Dwi Noviyanti<sup>1</sup>, Rani Nur Rahmawati<sup>2</sup>, Roudhotul Janah<sup>3</sup>, Anis Humaidah<sup>4</sup>, Arizka Septianawati<sup>5</sup>, Siti Qonaatun<sup>6</sup>, Unna Ria Safitri<sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7)</sup>Universitas Boyolali

Email : anisa.fitri0101111@gmail.com, nurrahmawatirani328@gmail.com,  
janahroudhotul26@gmail.com, anishumaidah07@gmail.com, ariska121220@gmail.com,  
unnaria68@gmail.com

### ABSTRACT

*The development of digital technology is currently reaching all aspects which are causing changes in people's behavior from conventional to digital. This also has an impact on conventional businesses which are starting to develop into e-business, developments not only experiencing a shift in the field of management systems but also to promotion systems, online-based payments which are considered more practical and safe. Entrepreneurship can take the form of imaginative and inventive capacity, being sensitive to seeing gaps and continuing to be open to any input and positive changes that can bring trade to continue to develop and have appropriate prices. This research was conducted as a response to the challenges faced by MSMEs in the digital era, especially in the aspects of increasing sales and utilizing technology in the digital era. This research activity went directly to the Putra Sholeh store owner named Mrs. Khusnul Khotimah and the Putra Store employee named Mrs. Suwarni.*

**Keywords :** digital technology, marketing, UMKM

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital saat ini sampai ke segala aspek yang menyebabkan perubahan perilaku masyarakat dari konvensional ke digital. Hal ini berdampak juga pada bisnis konvensional yang mulai berkembang menjadi e-bisnis, perkembangan bukan hanya mengalami pergeseran dalam bidang system manajemen tetapi juga sampai ke sistem promosi, pembayaran yang berbasis online yang dianggap lebih praktis dan aman. Kewirausahaan bisa berupa kapasitas imajinatif dan inventif, peka untuk melihat celah dan terus terbuka terhadap setiap masukan dan perubahan positif yang mampu membawa perdagangan untuk terus berkembang dan memiliki harga yang sesuai. Penelitian pengabdian ini dilakukan sebagai respon terhadap tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam era digital, khususnya dalam aspek peningkatan penjualan dan pemanfaatan teknologi di era digital. Kegiatan penelitian ini langsung kepada pemilik toko putra sholeh store yang bernama Ibu Khusnul Khotimah serta pegawai toko putra store yang bernama Ibu Suwarni.

**Kata Kunci :** teknologi digital, pemasaran, umkm

## PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar ekonomi bagi pembangunan di Indonesia. UMKM dapat berkembang pesat dikarenakan cukup mudah dalam merintis usahanya. Diantaranya adalah sedikitnya modal yang diperlukan, pendirian usaha yang tidak terlalu rumit, serta dapat membuka peluang kerja yang cukup besar (Rokhmah & Yahya, 2022).

UMKM yang ingin usahanya berkembang harus dapat meningkatkan penjualan dan pangsa pasarnya. Hal ini adalah langkah yang cukup sulit, terutama bagi UMKM yang masih sangat terbatas dari segi pengetahuan dan kemampuan manajerial, terutama dari segi pemasaran. Pemasaran sendiri merupakan salah satu ujung tombak dalam menarik konsumen. Pemasaran yang baik adalah pemasaran yang tidak hanya meningkatkan konsumen dari segi jumlah saja tetapi bagaimana cara suatu bisnis dapat mempertahankan konsumennya dari waktu ke waktu

UMKM yang dapat memanfaatkan pemasaran dengan baik menunjukkan UMKM ini tidak hanya menarik minat konsumen tetapi juga telah dapat mengambil hati konsumen. Kadang konsumen juga tertarik membeli tidak hanya karena faktor produknya saja tetapi juga karena faktor dari pemasarannya. Salah satu keuntungan yang didapatkan dari perkembangan teknologi adalah dengan adanya pemasaran online. Pemasaran online ini sangat membantu UMKM terutama dalam jangkauan pemasaran. Dalam pengabdian ini, permasalahan yang terjadi pada putra sholeh store adalah kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran dalam bentuk online. Dengan adanya pemasaran online, diharapkan produsen tidak hanya terbatas di satu wilayah saja tapi bisa merambah seluruh Indonesia. Dengan demikian metode pengabdian serta diskusi ini ingin memberikan solusi dengan memberikan informasi terkait pemasaran menggunakan teknologi digital.

Perusahaan harus mengetahui keinginan serta kebutuhan dari konsumen tersebut, sehingga dapat memberikan efek kepuasan pada konsumen dan dapat menciptakan citra yang baik dimata konsumen. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga mengubah pola strategi pemasaran. Sebelum adanya internet, strategi pemasaran dapat dilakukan secara manual dan terbatas. Pemasaran dengan model konvensional seperti itu, pada saat ini disebut dengan pemasaran *offline*. Dan ketika internet sudah lazim dipergunakan dan dimanfaatkan, pola strategi pemasaran tersebut menjadi sangat lebih luas dengan adanya internet sebagai ladang pemasaran. Penggunaan internet untuk melakukan kegiatan pemasaran disebut juga sebagai *E-marketing* atau sistem online. dari hal tersebut, terlihat bahwa adanya akses internet dapat merubah beberapa elemen traditional dalam marketing. Dimana, pemasaran melalui internet ini mengubah fokus dari yang sebelumnya hanya fokus pada pandangan produsen menjadi situasi yang lebih interaktif melibatkan peran konsumen (Widayati, 2018).

## METODE

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Menurut Sugiyono (2018:213), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, Teknik pengumpulan data dan di analisis yang bersifat kualitatif lebih menekan pada makna. Sesuai dengan tujuan dari kegiatan ini, Maka metode yang digunakan dalam konteks

pengabdian masyarakat ini berupa diskusi, dan tanya jawab seputar cara pemasaran produk UMKM di store Putra Sholeh dan bagaimana kami turut serta memberikan edukasi kepada owner Putra Sholeh Store mengenai pemasaran bisnis secara online Penentuan informasi dalam penelitian ini dilakukan kepada warga yang memiliki usaha Penjual belian peralatan rumah tangga, pakaian dan alat tulis. Sejumlah 2 informan, kemudian dilanjut dengan melalakukan pengumpulan data berupa metode wawancara, observasi (dilakukan diskusi serta tanya jawab), dan dokumen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan projek pengabdian dan memberikan edukasi yang dilakukan di putra sholeh store memiliki tujuan utama untuk menanamkan pemahaman tentang pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk kepada pelaku UMKM. Dalam era digital seperti sekarang ini, teknologi digital telah menjadi sarana yang lazim digunakan oleh pelaku bisnis umkm. Peristiwa ini juga seharusnya bisa dilakukan oleh owner putra sholeh store agar khalayak umum dapat mengenal produknya. Pelaksanaan diskusi dan pemberian edukasi ini dilakukan dalam waktu 2 jam, dimana penulis tidak hanya memberi pengetahuan secara materi namun juga memberi pengetahuan secara langsung yaitu dengan mempraktekkan cara memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk. Kegiatan ini berjalan dengan lancar, owner juga menyambut dengan antusias yang baik hal ini ditunjukkan hasil sekarang owner sudah mulai melakukan pemasaran melalui teknologi digital seperti WhatsApp dan Instagram. Sebelum melakukan penelitian ini penulis melakukan survei di putra sholeh store dan melakukan wawancara serta memberikan edukasi dengan owner toko untuk mendapatkan informasi yang akurat, penulis juga memberikan contoh cara pemanfaatan teknologi digital.



Gambar 1. Perabotan dan barang-barang yang dijual



Gambar 2. Wawancara kepada pemilik toko



Gambar 3. Foto bersama pemilik toko

## KESIMPULAN

Pemanfaatan teknologi digital sebagai alat pemasaran oleh putra sholeh store di kiringan menjadi bukti bahwa saat ini pemasaran dengan teknologi digital sangatlah penting perannya di era serba digital ini. Lantaran saat ini kebanyakan orang atau khalayak umum sudah melalukan transaksi dengan via online. Dengan memanfaatkan teknologi digital juga dapat memberikan putra sholeh store jangkaun yang lebih luas untuk mendapatkan pembeli. Tidak hanya disekitar kiringan saja namun juga sampai ke luar kota. Namun semakin luasnya jangkauannya putra sholeh store ini juga menyebabkan pesaing yang lebih banyak dari jangkauan sebelumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fadli, M. R. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. 21(1).
- Hendarsyah, D. (2020). Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 25–43. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.209>
- Manafe, Y. D. (2016). Komunikasi Bisnis Pemasaran Online (Proses dan Strategi Pemasaran Online Bagi Pelaku Bisnis di Kota Kupang). *Journal of Management*, 3.
- Mayang anisa. (2020). *Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100)*. 13.
- Rokhmah, B. E., & Yahya, I. (2022). tantangan, kendala, dan kesiapan pemasaran online di Desa Ngeblak, Kecamatan Tawangmangu, kabupaten Sukoharjo. *Ficamatan lantropi : Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf*, 1(1), 20–31. <https://doi.org/10.22515/finalmazawa.v1i1.2363>
- Widayati, K. D. (2018). *Implementasi SWOT Strategi Pemasaran Online dan Offline Pada PT Roti Nusantara Prima Cabang Jatiasih, Bekasi*. 2(2).