



Peningkatan Keterampilan Digital Marketing di Rumah Jahit Esa Parepare

Muh. Adnan Kasuri¹, M. Rizal MS², Dhea Zalsa Kamila³, Nilam Nilam⁴, Hamida Hasan⁵

^{1,2,3,4}Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada

⁵Fakultas Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada

Corresponding Email: 0911029001hamida@gmail.com

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan wawasan dan pemahaman pemilik usaha Rumah Jahit Esa dalam memanfaatkan platform digital dan mengelola manajemen keuangan secara lebih terstruktur. Melalui kegiatan ini, diharapkan pemilik usaha dapat meningkatkan keterampilannya sesuai dengan tuntutan era digital saat ini. Kegiatan dilaksanakan di ruang workshop Rumah Jahit Esa. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman pemilik usaha terkait memasarkan usahanya secara digital. Peningkatan keterampilan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap manajemen keuangan Rumah Jahit Esa dan secara keseluruhan, membantu pemilik usaha dalam menghadapi tantangan ekonomi di era digital ini.

Kata Kunci : Peningkatan, Keterampilan, Digital, Marketing.

Tanggal Terbit : 15 Januari 2024

A. Pendahuluan,

Usaha Mikro atau kecil, dan menengah (UMKM) adalah kelompok usaha yang memiliki persentasi dan kontribusi yang dominan di Indonesia.(Kassa et al., 2022) Kemudian, dari sektor UMKM ini memiliki kelebihan diantaranya tetap kokoh dari berbagai macam guncangan masalah ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan untuk melakukan penguatan kelompok UMKM yang melibatkan banyak kelompok. UMKM juga berperan besar dalam penyerapan tenaga kerja dan perluasan kesempatan kerja, meningkatkan pertumbuhan perekonomian di suatu daerah baik secara tidak langsung mempengaruhi peningkatan maupun penurunan terhadap jumlah kemiskinan di daerah tersebut.(Soetjipto, 2020)

UMKM memiliki peran yang signifikan dalam perekonomian nasional, menjadi kontributor terbesar baik dari segi jumlah maupun dampak ekonomi.(Apip Alansori & Erna Listyaningsih, 2020) Meskipun demikian, sebagian besar UMKM menghadapi kendala dalam pengembangan usaha, terutama karena kurangnya pemahaman tentang memasarkan dengan bantuan teknologi. Pemahaman yang kurang mengenai aspek-aspek ini dapat menjadi hambatan dalam keberlangsungan usaha.

Proses distrupsi dari bisnis *offline* menjadi bisnis digital sangat potensial bagi para pelaku UMKM.(Soleh & Hendri, 2022) *Digital Marketing* adalah strategi pemasaran produk atau jasa yang memanfaatkan teknologi digital, termasuk platform media elektronik dan marketplace. Untuk pelaku UMKM, pemanfaatan media elektronik dan *marketplace* menjadi kunci efektivitas dan efisiensi dalam promosi.(Sari & Rani, 2021) Rumah Jahit Esa telah mengadopsi media Instagram sebagai sarana promosi usahanya. Meskipun demikian, penggunaannya belum optimal dan hanya berperan sebagai akun yang kurang produktif.(Chakti, 2019)

Dalam mengoptimalkan pemanfaatan media Instagram, Rumah Jahit Esa dapat mempertimbangkan strategi pemasaran yang lebih terarah, seperti konten yang relevan dan menarik, pemanfaatan fitur-fitur promosi, dan interaksi aktif dengan pengikut. Dengan demikian, Rumah Jahit Esa dapat meningkatkan visibilitasnya, menarik calon pelanggan potensial, dan meningkatkan interaksi secara keseluruhan. Peningkatan ini dapat membantu Rumah Jahit Esa dalam meraih keuntungan maksimal dari eksistensinya di dunia digital, memberikan dampak positif pada pertumbuhan bisnis mereka.

B. Metode kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 07 November 2023 di Rumah Jahit Esa. Berikut susunan dan tugas Tim Kegiatan Pengabdian Masyarakat:

Tabel 1. Susunan dan Narasumber Kegiatan

Hari/Tanggal	Jam	Kegiatan	Narasumber
Selasa, 07 November 2023	10:00-12:00	Materi 1 Pengetahuan mengenai Digital Marketing. Materi 2 Pendampingan memasarkan secara digital	Muh. Adnan Kasuri, M. Rizal Ms, Dhea Zalsa Kamila
	12:00 – 12:30	Foto Bersama	Dosen Pembimbing Pengabdian dan Tim Mahasiswa

Pendekatan ini memastikan peserta tidak hanya memahami konsep-konsep teoritis tetapi juga mendapatkan arahan konkret dalam mengimplementasikannya dalam konteks bisnis mikro. Dengan kombinasi materi yang disajikan, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman menyeluruh dan keterampilan praktis kepada peserta dalam mengoptimalkan pemasaran digital untuk pengembangan usaha mereka.

C. Hasil

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, Rumah Jahit Esa memberikan kontribusi yang berarti dalam meningkatkan wawasan dan pemahaman pemilik usaha terkait pemanfaatan platform digital dan manajemen keuangan yang lebih terstruktur. Pemilik usaha dapat menggali pengetahuan baru dan meningkatkan keterampilannya, sesuai dengan tuntutan dan kebutuhan yang relevan di era digital saat ini. Penguatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif pada perkembangan bisnis mereka.

Workshop yang diadakan di ruang workshop Rumah Jahit Esa menjadi arena penyampaian materi dan praktik langsung yang efektif. Tim yang dipimpin oleh Muh. Adnan Kasuri menyampaikan materi tentang digital marketing dengan penekanan pada pemanfaatan platform digital dan ecommerce. Pemaparan yang terstruktur memberikan pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran digital dan cara optimal menggunakan platform online untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing bisnis. Melalui praktek langsung pada salah satu platform, para pemilik usaha dapat merasakan secara langsung implementasi konsep yang telah dipelajari, memberikan pengalaman praktis yang berharga.

Peningkatan keterampilan dan pemahaman yang diperoleh melalui kegiatan ini diharapkan menjadi modal berharga bagi pemilik usaha Rumah Jahit Esa. Dengan demikian, mereka diharapkan dapat mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien,

memanfaatkan peluang digital secara maksimal, dan tetap relevan dalam menghadapi dinamika bisnis di era digital ini.

Gambar 1
Lokasi PKM, Tanda Nama Usaha Rumah Jahit Esa



Gambar 2
Pemilik Usaha Memaparkan Kegiatan Usahanya



Gambar 3
Peserta Dan Tim Pengabdian Kepada Masyarakat



Pemasaran digital tidak hanya menjadi opsi, melainkan kebutuhan esensial yang mendesak untuk pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di era modern ini. Keunggulan pemasaran digital, seperti kemudahan, aksesibilitas, dan biaya yang lebih terjangkau, menciptakan urgensi bagi UMKM untuk mengadopsi strategi ini. Seiring dengan kemajuan zaman, adaptasi pemasaran digital menjadi kunci kesuksesan bagi UMKM dalam meraih pasar yang lebih luas dan mengoptimalkan potensi bisnis mereka.

Workshop seperti yang diadakan oleh Rumah Jahit Esa menjadi semakin mendesak mengingat situasi bisnis yang semakin kompetitif. Penggunaan media digital dalam memahami konsep pemasaran online dan manajemen keuangan yang terstruktur menjadi investasi kritis untuk masa depan bisnis. Dengan intensitas transformasi digital yang meremeh semua lapisan kehidupan, pemilik UMKM tidak bisa lagi mengabaikan pentingnya pemasaran digital. Dengan memanfaatkan platform online dan sosial media, pelaku UMKM dapat lebih mudah terhubung dengan calon konsumen, mengembangkan citra merek, dan meningkatkan penjualan, memberikan daya saing yang sangat dibutuhkan.

Urgensinya tidak hanya terletak pada peningkatan efisiensi bisnis, tetapi juga pada eksistensi UMKM di pasar global yang semakin terhubung. Keterlibatan dalam pemasaran digital tidak hanya menjadi pilihan strategis, tetapi menjadi langkah yang sangat penting untuk memastikan kelangsungan dan relevansi bisnis UMKM di tengah revolusi digital yang terus berlanjut.

Dalam konteks ini, kegiatan pengabdian kepada masyarakat, seperti workshop yang diadakan oleh Rumah Jahit Esa, memperkuat urgensi pemasaran digital. Melalui penyampaian materi dan praktik langsung, pelaku UMKM dapat mengakses pengetahuan yang relevan dan menerapkannya dengan segera. Kesempatan untuk memahami konsep pemasaran digital tidak hanya memberikan wawasan baru, tetapi juga memberdayakan pemilik usaha untuk memanfaatkan secara optimal potensi teknologi dalam mengembangkan bisnis mereka.

Pentingnya kehadiran UMKM dalam ranah digital bukan hanya sebagai upaya bersaing, tetapi juga sebagai bagian integral dari perkembangan ekosistem bisnis secara keseluruhan. Keterlibatan aktif dalam pemasaran digital menjadi pendorong pertumbuhan dan peningkatan daya saing UMKM. Oleh karena itu, partisipasi dalam kegiatan serupa diharapkan dapat menjadi langkah awal yang kokoh menuju penguasaan pemasaran digital. Dengan demikian, pemilik UMKM tidak hanya dapat memperkuat posisi bisnis mereka di pasar lokal tetapi juga memanfaatkan peluang global yang semakin terbuka lebar melalui era digital ini.

D. Kesimpulan

Kegiatan pendampingan dan sosialisasi dapat memberikan pandangan dan penambahan peluang serta pemahaman kepada masyarakat dan pelaku UMKM dalam mengambil sebuah peluang serta pengembangan UMKM. Khususnya dalam kegiatan *Digital Marketing*. Adanya pengabdian masyarakat ini, membantu masyarakat dan pelaku UMKM dalam memecahkan suatu permasalahan yang dihadapinya serta upaya dalam pengembangan bisnis hingga mampu bersaing di pasar.

Referensi

Buku:

- Apip Alansori, S., & Erna Listyaningsih, S. (2020). *Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat*. Penerbit Andi.
- Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital* (Vol. 1). Celebes Media Perkasa.

Jurnal:

- Sari, R. T. P., & Rani, N. L. R. M. (2021). Efektivitas Penggunaan Digital Marketing untuk Promosi pada Masa Pandemi Covid-19 di Petoss Mbok Sarinten Wonosobo. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 3(2), 109–122.
- Soetjipto, N. (2020). *Ketahanan UMKM Jawa Timur melintasi pandemi covid-19*.
- Soleh, M., & Hendri, H. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Umkm Di Masa Pandemi Covid19 (Studi Pada Mebel Putra Jaya Desa Spait). *AmaNU: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 5(1), 44–55.