



PROMOSI DAN PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN ONLINE UMKM DI ERA DIGITAL KELURAHAN MADIUN LOR KOTA MADIUN

Diyah Santi Hariyani^{1*}, Kristiani Agustiningsih², Sri Wahyuni³, Aktri
Phonistyawati⁴, Indah Dwi Jayanti⁵, Santy Mei Rahmawati⁶, Chrisna Dwiantono
Fadhillah⁷, Satriyo Ageng Prabowo⁸, Asri Manunggal⁹, Satria Ari Pradana¹⁰

Universitas PGRI Madiun

[1*diyah.santi@unipma.ac.id](mailto:diyah.santi@unipma.ac.id), [2christisapodho@gmail.com](mailto:christisapodho@gmail.com), [3uun.2376@gmail.com](mailto:uun.2376@gmail.com),
[4aktriyawati31@gmail.com](mailto:aktriyawati31@gmail.com), [5indahdwiJayanti955@gmail.com](mailto:indahdwiJayanti955@gmail.com), [6zhantiemeey@gmail.com](mailto:zhantiemeey@gmail.com),
[7chrisnadfadhillah@gmail.com](mailto:chrisnadfadhillah@gmail.com), [8satrioagengkn@gmail.com](mailto:satrioagengkn@gmail.com), [9armmanunggal@gmail.com](mailto:armmanunggal@gmail.com),
[10ari172967@gmail.com](mailto:ari172967@gmail.com)

Abstract

This research aims to further examine the problems faced by MSMEs in the digital marketing era, namely by developing online marketing strategies. The research method used is qualitative, by conducting direct observations and interviews with Stall managers and MSME actors in the Madiun Lor Sub District area, Madiun City. The work program carried out included redesigning the menu book at Stalls of Enchantment, developing the Kelurahan website, as well as promoting the typical product of Stalls of Enchantment, namely mineral water and helping MSME entrepreneurs "Wingko Kape" in publishing NIB and publication on Google Maps.

Keywords: *Promotion, Social Media, Marketing Strategy, Digital Era, Madiun Lor Sub District*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah lebih lanjut terkait permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM di era pemasaran digital, yaitu dengan mengembangkan strategi pemasaran via online. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan melakukan observasi dan wawancara langsung kepada pengelola Lapak dan pelaku UMKM di wilayah Kelurahan Madiun Lor Kota Madiun. Program kerja yang dilaksanakan meliputi mendesain ulang buku menu di Lapak Pesona, pengembangan web Kelurahan, sekaligus mempromosikan produk khas Lapak Pesona yaitu air mineral dan membantu pelaku usaha UMKM "Wingko Kape" dalam penerbitan NIB dan publikasi di Google Maps.

Kata Kunci: **Promosi, Media Sosial, Strategi Pemasaran, Era Digital, Kelurahan Madiun Lor**

A. PENDAHULUAN

Merespons kuatnya tekanan globalisasi pada lapisan masyarakat Indonesia pada pemberdayaan sumberdaya lokal, maka Universitas PGRI Madiun melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat (Abdimas) mengemas tema-tema tertentu dalam rangka mengatasi



permasalahan yang dihadapi masyarakat melalui pendekatan interdisipliner (Apriyanti et al., 2022). Salah satu program tri dharma perguruan tinggi tersebut, melibatkan mahasiswa dalam kegiatan nyata di luar lingkungan kampus, yaitu dengan adanya Kuliah Kerja Nyata (KKN). Program KKN ini bertujuan untuk menghubungkan antara teori yang diterima mahasiswa di bangku kuliah dengan praktik kerja secara nyata, serta mahasiswa dapat berkontribusi langsung kepada masyarakat. Fokus yang diangkat dalam KKN tahun 2023 ini adalah pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM memainkan peran aktif dalam pengentasan kemiskinan dan pembangunan daerah dan menjadi tumpuan bagi ekonomi lokal, serta dapat menciptakan lapangan kerja (Kerta et al., 2022). Namun, pada kenyataannya masih banyak UMKM di Indonesia yang menghadapi tantangan dan hambatan dalam meningkatkan kualitas dan daya saingnya.

KKN dengan fokus pada pemberdayaan UMKM pasca pandemi Covid-19 atau disebut dengan KKN PEN-UMKM (Kuliah Kerja Nyata Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah), memiliki peran strategis dalam membantu mengatasi pemulihan UMKM yang lesu akibat dampak yang ditimbulkan pandemi Covid-19 (Yuliani & Novita, 2022). Mahasiswa dapat berkolaborasi dengan UMKM lokal melalui KKN PEN-UMKM ini, dengan cara mengidentifikasi permasalahan pada UMKM, membantu merancang solusi, dan melaksanakan program kerja yang dapat memberikan manfaat secara langsung kepada para pelaku UMKM dan masyarakat sekitar. Promosi UMKM melalui media sosial dan pengembangan strategi pemasaran melalui sistem *online* akan membantu para pelaku UMKM dalam kondisi pemulihan pasca pandemi yang mulai beralih ke pemasaran digital (Marginingsih, 2021). Berangkat dari kondisi tersebut, maka perlu adanya pendampingan dan fasilitator untuk membantu para pelaku UMKM di wilayah Kelurahan Madiun Lor, Kota Madiun, dalam menghadapi tantangan yang ada seperti keterbatasan akses dalam media digital, kurangnya pemahaman tentang manajemen bisnis, pemasaran produk yang belum optimal, serta keterbatasan sumber daya manusianya. Kelurahan Madiun Lor, yang terletak di Kota Madiun, merupakan wilayah yang memiliki potensi pengembangan UMKM yang cukup besar. UMKM di wilayah ini mencakup berbagai sektor, seperti kuliner, kerajinan, desa wisata, dan jasa.

Universitas PGRI Madiun dengan melibatkan mahasiswanya dalam KKN PEN-UMKM di Kelurahan Madiun Lor, diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam mengatasi permasalahan tersebut. Melalui kegiatan KKN PEN-UMKM, dosen dan mahasiswa ikut mendampingi dan melatih para pelaku usaha, serta mengembangkan strategi pemasaran atas produk yang dihasilkan. UMKM dapat diberdayakan untuk meningkatkan kualitas produk, akses pasar digital, efisiensi operasional, dan juga memperkuat keberlanjutan serta daya saing yang kompetitif. Dengan demikian, KKN PEN-UMKM di Kelurahan Madiun Lor merupakan langkah strategis untuk memperkuat sektor UMKM, mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, dan mendorong pembangunan berkelanjutan di tingkat mikro. Media sosial dan strategi pemasaran *online* memiliki peran yang sangat penting dalam mengembangkan bisnis UMKM di era digital saat ini, seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan *YouTube*, menjadi platform yang populer dan efektif



dalam menjangkau konsumen potensial, membangun *brand awareness*, dan meningkatkan penjualan. Pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat, dengan angka penetrasi yang signifikan di berbagai kelompok usia dan lapisan masyarakat (Harahap & Adeni, 2020). Namun, banyak UMKM di Kelurahan Madiun Lor belum memanfaatkan potensi pemasaran digital ini secara maksimal.

Kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kelurahan Madiun Lor adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan media sosial untuk promosi, kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran *online* yang efektif, serta keterbatasan sumber daya dan aksesibilitas teknologi (Kelompok 3, 2023). Dalam konteks ini, penting untuk melakukan penelitian dan pengembangan strategi pemasaran *online* yang sesuai dengan kebutuhan UMKM di Kelurahan Madiun Lor. Dengan memanfaatkan media sosial dan mempelajari teknik-teknik pemasaran *online* yang tepat, UMKM dapat meningkatkan visibilitas, menarik pelanggan baru, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan keuntungan.

Tujuan dari KKN dengan fokus pada promosi PEN-UMKM melalui media sosial dan pengembangan strategi pemasaran *online* di Kelurahan Madiun Lor ini adalah untuk memberikan pendampingan, pelatihan, dan saran kepada para pelaku UMKM setempat sehingga dapat memanfaatkan potensi pemasaran secara digital. Para pelaku UMKM diharapkan dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran yang efektif, dan dapat mengembangkan strategi pemasaran *online* yang dapat mencakup pangsa pasar yang lebih luas, serta mencapai keberhasilan dalam memasarkan produk dan jasanya di era digital saat ini.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Menurut (Sugiyono, 2019), desain penelitian adalah proses penelitian yang meliputi perencanaan, pelaksanaan penelitian, sampai kepada pengumpulan data yang telah diteliti oleh peneliti pada waktu tertentu. Metode yang digunakan dalam kegiatan KKN PEN-UMKM ini adalah kualitatif dengan melakukan survei, observasi dan pendekatan partisipasi, yang mana mahasiswa dapat mengamati secara langsung kegiatan UMKM serta berinteraksi dengan pelaku usaha. Melalui pendekatan partisipatif, mahasiswa mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang kondisi UMKM, tantangan yang dihadapi, dan potensi yang dapat dikembangkan di UMKM tersebut.

Wawancara juga dilakukan kepada pengelola Lapak Pesona dan pelaku usaha UMKM “Wingko Kape”, guna menggali lebih dalam terkait permasalahan yang dihadapi selama ini, sehingga dapat ditemukan solusi atas permasalahan yang ada (Kelompok 3, 2023). Adapun objek yang dijadikan penelitian ini ialah Lapak Pesona dan “Wingko Kape” yang merupakan kelompok UMKM yang berada di Kelurahan Madiun Lor, Kota Madiun, Jawa Timur. Responden yang diteliti ialah pengelola lapak dan pelaku usaha UMKM. Tahapan penelitian dimulai dari identifikasi masalah, membuat kerangka berpikir, pengumpulan data, dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan. Tahapan dalam penelitian ini dapat diuraikan pada tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Penelitian

No.	Tahapan Penelitian
1.	Identifikasi masalah <ol style="list-style-type: none"> 1. Menentukan tujuan penelitian 2. Menentukan kajian teori penelitian 3. Menentukan pertanyaan penelitian 4. Menentukan metode penelitian
2.	Membuat kerangka berfikir Peneliti menyusun kerangka pelaksanaan dengan cara survey dan observasi. Peneliti bertindak sebagai pengamat, pewawancara, dan pemberi tindakan
3.	Metode pengumpulan data kualitatif <ol style="list-style-type: none"> 1. Survey awal untuk memperoleh data tentang kondisi objek 2. Data dihimpun dengan pengamatan seksama, mencakup deskripsi detail disertai catatan hasil wawancara yang mendalam.
4.	Metode penarikan kesimpulan

Sumber: Data diolah (2023)

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM merupakan salah satu sektor usaha yang banyak peminatnya di Indonesia, hal ini dikarenakan modal yang dibutuhkan untuk usaha ini tidaklah terlalu besar. Meski demikian, pengembangan UMKM perlu dilakukan secara menyeluruh mengingat terdapat banyak faktor yang menjadi titik lemah UMKM, antara lain terkait permodalan, pemasaran produk, pemanfaatan teknologi, dan manajemen kewirausahaan. Untuk itu, pengembangan UMKM perlu dukungan dan pendampingan dari para fasilitator (Soleha, 2020). Berikut beberapa program yang dilaksanakan untuk membantu pengelolaan dan pengembangan pemasaran UMKM di Kelurahan Madiun Lor Kota Madiun:

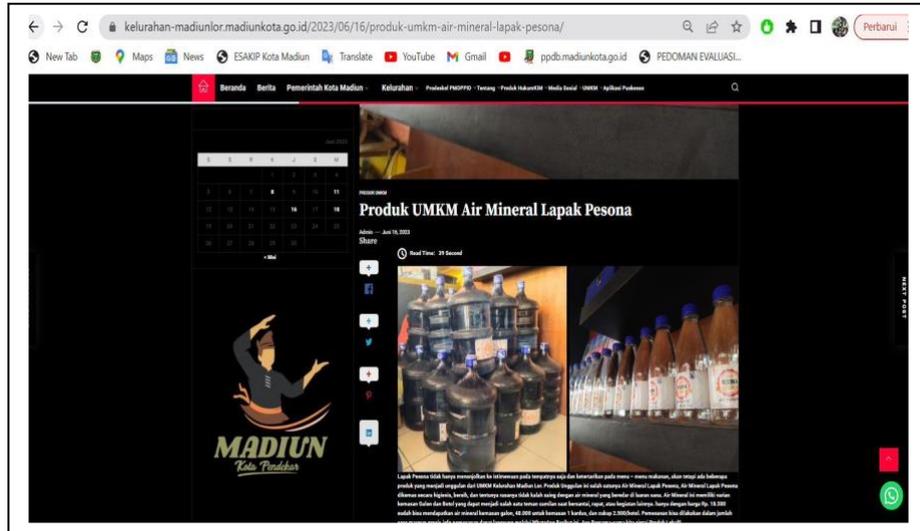
- a) Perbaiki dan mendesain ulang buku menu pada Lapak Pesona. Program ini merupakan salah satu kegiatan yang dapat dilakukan untuk memberdayakan UMKM di sektor kuliner. Dengan mengambil foto-foto menarik dari hidangan yang disajikan oleh UMKM di lapak tersebut, maka akan menarik calon pembeli untuk memesan makanan-minuman yang dijual.



Sumber: Dokumentasi Kelompok 3 (2023)

Gambar 1. Kiri (Buku Menu Sebelum); Kanan (Buku Menu Sesudah Desain Ulang)

- b) Promosi air mineral, produk khas Lapak Pesona secara *online* melalui *website* Kelurahan Madiun Lor Kota Madiun pada link <https://kelurahan-madiunlor.madiunkota.go.id/2023/06/16/produk-umkm-air-mineral-lapak-pesona/>. Program ini bertujuan untuk mengenalkan produk tersebut kepada masyarakat luas dan mendorong penjualan air mineral produk lokal yang dimiliki oleh Lapak Pesona.



Sumber: Dokumentasi Kelompok 3 (2023)

Gambar 2. Website Kelurahan Madiun Lor

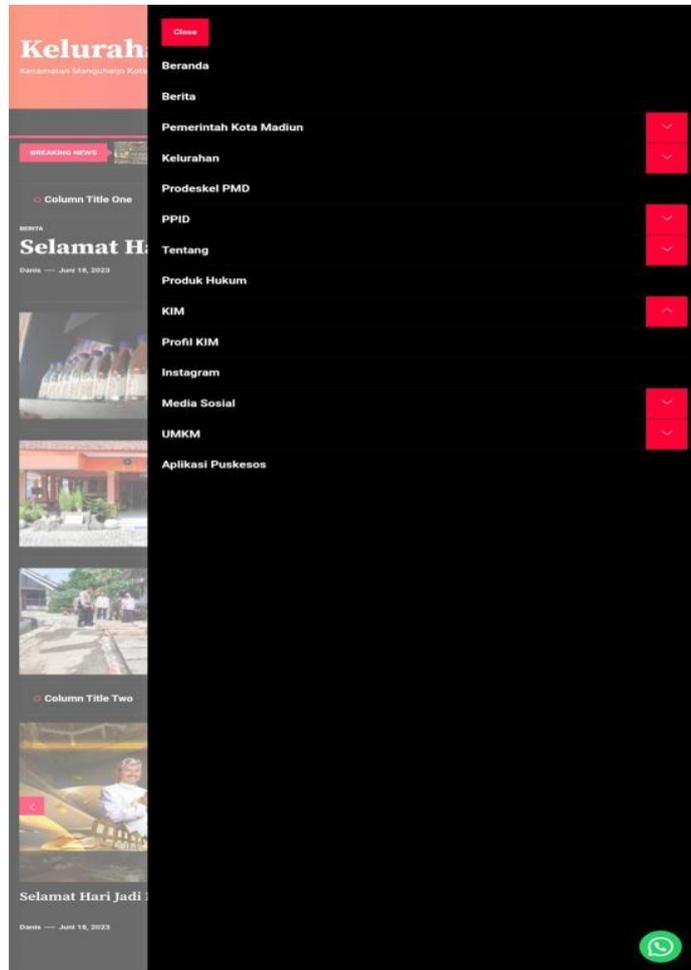
- c) Pendampingan pelaku usaha UMKM dalam pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) produk “Wingko Kape”. Jajanan atau kue basah ini diproduksi dari bahan dasar tepung ketan yang dicampur dengan porang, menjadi makanan khas dari Kampung Pesona Kelurahan Madiun Lor. Pembuatan NIB ini bertujuan sebagai legalitas atas usaha yang didirikan.



Sumber: Dokumentasi Kelompok 3 (2023)

Gambar 3. Sertifikat NIB

- d) Pengembangan *website* Kelurahan Madiun Lor (<https://kelurahan-madiunlor.madiunkota.go.id/>). Pengembangan *website* dengan menambahkan menu Kelompok Informasi Masyarakat (KIM), yang bertujuan pemberdayaan masyarakat dalam hal penyebaran informasi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakatnya.



Sumber: Dokumentasi Kelompok 3 (2023)
Gambar 4. Pengembangan *website* Kelurahan Madiun Lor

- e) Pendampingan pelaku usaha UMKM “Wingko Kape” dalam publikasi di *GoogleMaps* (<https://www.google.com/maps/place/Wingko+KaPe/@7.6185494,111.5200091,15z/data=!4m6!3m5!1s0x2e79bfba23d32ba9:0x8758c168281d4197!8m2!3d-7.6185494!4d111.5200091!16s%2Fg%2F11kqhwzgz8?entry=ttu>).

Program ini bertujuan agar produk “Wingko Kape” dikenal masyarakat luas, dan memudahkan calon pembeli dapat mengakses serta mengetahui keberadaan lokasi tersebut.



Sumber: Dokumentasi Kelompok 3 (2023)

Gambar 5. Publikasi “Wingko Kape” di Google Maps

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan yang telah dikemukakan di atas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan terkait KKN PEN UMKM yang telah dilaksanakan, antara lain:

- KKN PEN UMKM adalah program yang bertujuan untuk memberdayakan sektor UMKM di Indonesia, dalam hal ini khususnya UMKM di wilayah Kelurahan Madiun Lor Kota Madiun. Program ini dirancang untuk membantu UMKM dalam meningkatkan produktivitas, daya saing, dan kesejahteraan pemilik usaha serta masyarakat sekitarnya.
- KKN PEN UMKM Universitas PGRI Madiun melibatkan mahasiswa sebagai agen perubahan dalam membantu UMKM di berbagai aspek, seperti pemasaran, manajemen, pengembangan pasar, dan lain-lain. Mahasiswa diberikan kesempatan untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah dengan praktik di lapangan guna membantu UMKM secara langsung.
- Melalui KKN PEN UMKM, diharapkan UMKM di wilayah Kelurahan Madiun Lor Kota Madiun dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan, untuk meningkatkan daya saing di pasar lokal dan nasional, serta meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan bisnis. Hal ini akan berdampak positif terhadap ekonomi lokal dan nasional secara keseluruhan.



- d) KKN PEN UMKM Universitas PGRI Madiun juga memberikan manfaat bagi mahasiswa. Selain mendapatkan pengalaman nyata dalam dunia bisnis dan pemberdayaan masyarakat, mahasiswa juga dapat mengembangkan keterampilan sosial, kepemimpinan, pemecahan masalah, dan kemampuan berkomunikasi.
- e) Kesuksesan KKN PEN UMKM membutuhkan kerja sama yang erat antara perguruan tinggi, pemerintah, UMKM, dan masyarakat setempat. Dalam hal ini, peran pemerintah sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengembangan UMKM, seperti menyediakan akses permodalan, pelatihan, infrastruktur, dan kebijakan yang mendukung.

KKN PEN UMKM dapat menjadi model yang efektif dalam memperkuat sektor UMKM dan pemberdayaan ekonomi di wilayah setempat. Dengan melibatkan mahasiswa sebagai *agent of change*, program ini memiliki potensi untuk memberikan dampak positif jangka panjang terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Saran

Saran bagi pemerintah di wilayah Kelurahan Madiun Lor perlu adanya langkah proaktif dalam melakukan penyuluhan dan pelatihan pemasaran *online* dengan menggandeng para ahli dibidangnya, salah satunya yaitu dari akademisi. Pembuatan web dan media sosial juga akan membantu UMKM dalam memasarkan produk atau layanan yang ditawarkan, bahkan dengan berkolaborasi dengan *influencer* lokal, UMKM akan terbantu dalam meningkatkan eksposur merek dan menjangkau pelanggan yang lebih luas.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, A., Hariyani, D. S., Jarwa, T., Murniyati, D., & Asnul, M. (2022). *Pemasaran Online Dengan Media Web UMKM Kripik Tempe Sidodadi*, . 01, 62–67.
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2), 13–23.
- Kelompok 3. (2023). *Hasil Wawancara Pengelola Lapak Pesona*.
- Kerta, W. M. wisesa, Dania, L. A. R., Fibrianti, T. B., Ishaq, R. Z., Rini, R. N. A., & Abdillah, F. M. (2022). Upaya Pengembangan Umkm Digital Keripik Tempe Pa-da Industri Kecil Di Desa Balet Baru Kecamatan Su-kowono. *JIWAKERTA: Jurnal Ilmiah Wawasan Kuliah Kerja Nyata*, 3(1), 29–32. <https://doi.org/10.32528/jiwakerta.v3i1.7982>
- Marginingsih, R. (2021). Program Pemulihan Ekonomi Nasional Sebagai Kebijakan Penanggulangan Dampak Pandemi Covid-19 Pada Sektor UMKM. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 110–116. <https://doi.org/10.31294/moneter.v8i2.10997>
- Soleha, A. R. (2020). Kondisi UMKM Masa Pandemi Covid-19 Pada Pertumbuhan Ekonomi Krisis Serta Program Pemulihan Ekonomi Nasional. *Jurnal Ekombis*, 6(2), 165–178.



Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (2nd ed.). Alfabeta.

Yuliani, N., & Novita, D. (2022). Santripreneur Sebagai Pilar Utama Ekonomi Pasca Pandemi Dalam Menciptakan Santri Yang Unggul Dan Handal. *KRESNA: Jurnal Riset Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 66–75.
<https://doi.org/10.36080/jk.v2i1.17>