Digitalisasi Pemasaran Produk UMKM, Strategi Adaptasi dan Pengembangan potensi Ekonomi Kelurahan Kutorejo Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan

Syaifuddin Fahmi[1], Dwidayanti Oktavia[2]
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kertanegara Malang

Penulis Koresponden :
Email : syaifuddin_fahmi@stiekma.ac.id

Riwayat Artikel :

Diterima Juli 2022
Direvisi Agustus 2022
Disetujui September 2022
Diterbitkan November 2022

Link Jurnal :
https://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/PkM/index

Abstrak :
Pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi merupakan salah satu program prioritas Perguruan Tinggi untuk ikut mendorong peningkatan perekonomian desa. Tujuan dari kegiatan ini adalah agar dapat meningkatkan perekonomian serta kesejahteraan masyarakat melalui penjualan produk UMKM. Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada masyarakat Kelurahan Kutorejo Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan melalui pendampingan peningkatan produksi industri rumah tangga, manajemen pengelolaan produk dan pemasaran produk. Metode yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini meliputi empat tahapan, yaitu: 1). Tahap Observasi, yakni tahapan pengumpulan data dan informasi. Di tahap ini ditemukan data beberapa jenis industri rumahan berskala mikro dan kecil di Kelurahan Kutorejo; 2). Tahapan identifikasi masalah. Dari hasil identifikasi ditemukan permasalahan yang menjadi kendala utama dalam perkembangan usaha yaitu pemasaran produk 3). Tahapan pelatihan dan pendampingan. Di tahapan ini pemilik usaha diberikan pelatihan pemasaran produk secara digital; 4). Tahapan evalusi hasil pelatihan. Hasil pelatihan pemasaran digital yang diberikan kepada masyarakat secara umum mampu meningkatkan efektivitas kegiatan pemasaran dan memberikan peluang memperoleh pendapatan yang lebih tinggi. Dari hasil evaluasi kegiatan yang dilakukan diketahui adanya peningkatan volume penjualan produk setelah peserta mendapatkan pelatihan pemasaran digital.

Kata Kunci : Pemberdayaan UMKM, Pemasaran Digital, Pengelolaan Usaha Mikro, Kelurahan Kutorejo.

I. PENDAHULUAN

Pemberdayaan adalah sebuah konsep yang lahir sebagai bagian dari perkembangan alam pikiran masyarakat dan kebudayaan masyarakat. Untuk memahami konsep pemberdayaan secara tepat memerlukan upaya pemahaman latar belakang kontekstual yang melahirkannya. Konsep tersebut telah begitu meluas diterima dan dipergunakan, mungkin dengan pengertian dan persepsi yang berbeda satu dengan yang lain. Konsep empowerment yang berawal dari Eropa mulai nampak pada dekade 70-an dan

berkembang sepanjang tahun 80-an sampai 90-an. Konsep ini dipandang sebagai bagian atau sejiwa dengan aliran-aliran paruh kedua abad 20 yang banyak dikenal sebagai aliran Posmodernisme dengan titik berat sikap dan orientasinya adalah anti sistem, anti struktur dan selanjutnya melahirkan konsep civil society atau masyarakat sipil. Keterlibatan partisipasi masyarakat ini sebagai paradigma baru dalam pembangunan bahwa masyarakat bukan hanya sebagai obyek pembangunan, namun sebagai mitra pemerintah dalam melaksanakan pembangunan. Pemberdayaan merupakan hal yang penting dan merupakan hal yang wajib untk dilakukan mengingat pertumbuhan ekonomi dan teknologi yang demikian pesatnya belakangan ini akan sangat mempengaruhi kemampuan tingkat individu dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk itu masyarakat luas diharapkan mampu mengikuti perkembangan zaman dengan adanya pemberdayaan masyarakat.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha mikro, kecil dan usaha menengah (UMKM) yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas ke masyarakat. Usaha Mikro Kecil Menengah dalam Undang-undang Nomor 20 tahun 2008, menyatakan bahawa masyarakat yang adil dan makmur yang berdasarkan pencasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 harus diwujudkan melalui pembangunan perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi. Prinsip dan tujuan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sesuai UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yaitu:

Prinsip pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah:

1. Penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil, menengah untuk berkarya dengan prakarsa sendiri.
2. Perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan.
3. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kopetensi Usaha, Mikro, kecil dan menengah.
4. Peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
5. Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

Tujuan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah:

1. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan.
2. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.
3. Meningkatkan peran Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbungan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) harus diselenggarakan secara menyeluruuh, optimal dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan perlindungan dan pengembangan usaha seluas-luasnya, agar dapat menigkatkan kedudukan, peran, dan otensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam

mewujudkan pertumbuhan ekonomi, dan dapat meningkatkan pendapatan rakyat, adanya lapangan pekerjaan dan mengurangi kemiskinan. Maka di syahkannya Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil. Yang hanya mengatur Usaha Kecil, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha kecil adalah peluang usaha ekonomi produktif yang berdiri srndiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan hestanto.web.id anak perusahaan atau bukan cabang perushaan yang dimiliki, dikuasai, atau mejadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorsngsn atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki atau dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Strategi Pemasaran Produk UMKM

Strategi pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan produk ke target pasar yang lebih luas. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah sebuah rencana yang menggabungkan tujuan dan sasaran pemasaran perusahaan. Pada dasarnya, strategi pemasaran dibuat untuk mempromosikan produk sehingga bisa menghasilkan keuntungan. Selain itu, strategi pemasaran yang baik bisa membantu perusahaan dalam mengidentifikasi pelanggan. Oleh karena itu, strategi pemasaran harus berdasar pada nilai perusahaan, bagaimana perusahaan tersebut beroperasi, dan mengapa hal tersebut layak untuk bisnis mereka. Termasuk salah satunya adalah strategi pemasaran untuk UMKM. Perlu diketahui, mengetahui cara pemasaran produk yang tepat adalah poin penting dalam menentukan performa perusahaan. Hal ini harus dilakukan agar produk bisa dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga dibutuhkan strategi pemasaran untuk UMKM yang baik dan efektif.

Berikut beberapa contoh strategi pemasaran untuk UMKM yang bisa Anda coba:

1. Buat Produk yang Unik

   Produk yang unik dan memiliki keunggulan, cenderung menarik perhatian banyak orang. Contoh strategi pemasaran untuk UMKM yang bisa Anda lakukan adalah dengan membuat produk yang unik dan memiliki keunggulan dibandingkan produk sejenis lainnya. Selain itu, pastikan produk yang Anda buat berkualitas dan bisa memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini akan membantu Anda dalam menghadapi persaingan pasar dan bisa membuat pelanggan loyal terhadap produk Anda.

2. Menjadi Networker

   Contoh strategi pemasaran untuk UMKM berikutnya adalah dengan menjadi networker. Networker adalah seseorang yang memiliki jaringan luas dan sifat optimis dalam menjalankan bisnisnya. Anda bisa mulai melebarkan dan meluaskan jaringan sekarang juga. Namun, jika dirasa Anda masih kurang percaya diri, Anda bisa mempekerjakan seorang tenaga pemasaran untuk

memperluas jaringan UMKM. Tidak ada salahnya untuk mulai belajar hal baru untuk kebaikan bisnis Anda.

3. Tentukan STP

   STP merupakan singkatan dari segmenting, targeting, dan positioning. Ketiga hal ini saling berhubungan. Dalam melakukan segmenting, Anda bisa memulai dengan membagi pelanggan berdasarkan beberapa kelompok di pasar produk. Kemudian, tentukan targeting dengan memutuskan siapa yang menjadi target pasar utama Anda. Langkah selanjutnya adalah positioning, dimana Anda harus menentukan posisi produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan setiap target pasar.

4. Manfaatkan E-commerce (Media Pemasaran Digital)

   Contoh strategi pemasaran untuk UMKM selanjutnya adalah dengan memanfaatkan e-commerce. Seperti yang kita ketahui, saat ini e-commerce sedang naik daun dan banyak penggunanya. Jadi Anda bisa memasarkan produk dengan memanfaatkan aplikasi ini. Pemasaran produk dengan e-commerce memberikan manfaat bagi perusahaan. Yaitu, murah dan efisien, memiliki akses tanpa batas, dan bisa memperpendek jarak distribusi produk. Selain itu, karena pandemi covid-19, banyak pengguna yang memilih aplikasi e-commerce untuk membeli kebutuhan sehari-hari.

UMKM Desa Kutorejo, Pandaan Kabupaten Pasuruan

Desa Sukorejo Kecamatan Pandaan, Pasuruan merupakan lokasi pengrajin panci, lokasi desa berada di kawasan wisata Taman Dayu Pasuruan. Sebagian besar warga Desa Sukorejo sejak 2000 telah memproduksi panci berbagai macam ukuran, dengan berbagai macam kualitas yang tidak kalah dengan panci buatan pabrik besar (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pasuruan, 2014). Awal berdiri hingga tahun 2006, panci yang telah diproduksi hanya dipasarkan di berbagai pasar tradisional yang ada di beberapa Kota di sekitar Pasuruan. Pada tahun 2008, pihak pengelola wisata taman dayu mulai melihat potensi Desa Sukorejo ini dan mulai membantu para pengerajin panci dengan membuat lokasi khusus untuk menjual produk3 panci Desa Sukorejo di kawasan wisata Taman Dayu, hal ini dilakukan mengingat peran UMKM bagi meningkatkan perekonomian masyarakat sangat besar (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pasuruan, 2014). Penempatan khusus di lokasi Taman Dayu dinamakan Kampung Panci, sejak didirikannya kampung panci, laju usaha panci cukup berkembang. Harga jual panci berkisar Rp 45.000 hingga Rp 300.000/buah sesuai ukuran. Padatnya kegiatan usaha di Desa Sukerejo berdampak positif berupa berlangsungnya perputaran uang hingga rata-rata Rp 100 juta lebih per bulan (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pasuruan, 2014). Di Dusun Sukorejo, Desa Karangjati, Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan, tepatnya di komplek Taman Dayu ada sebuah kampung yang menyediakan buah tangan panci. Selain panci di kelurahan sukorejo juga terdapat beberapa usaha rumahan yang turut menopang perekonomian masyarakat, seperti industri kerajinan tangan, pembuatan kasur, budidaya tanaman hias, kebun hidroponik, aneka kue, dan pembuatan makanan olahan serta warung kuliner.

II. METODE PELAKSANAAN

A. Tempat dan Waktu

Lokasi pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah bertempat di kelurahan kutorejo. Kelurahan Kutorejo adalah kelurahan yang berada di wilayah administrasi Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan. Memiliki luas 113,5 km2 dan Kelurahan Kutoreko merupakan dataran rendah dengan ketingian 200/250 M di atas permukaan laut. Kelurahan Kutorejo mempunyai batas wilayah di sebelah Utara berbatasan dengan Desa Kebonwarus dan Desa Tunggul Wulung. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Jogosari. Sebelah Barat berbatasan53 dengan Kelurahan Pandaan. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Wedoro. Jarak tempuh dari Pusat Pemerintahan Kecamatan 1,5 Km jarak dari Ibukota Kabupaten 25 km, dan jarak dari Ibukota Provinsi 10 Km. Kelurahan Kutorejo memiliki 5 Lingkungan yaitu, lingkungan kuti, lingkungan sidonganti, lingkungan dukuh dan lingkungan kadalpang. Kelurahan Kutorejo merupakan Kelurahan di area industri, yang dilalui beberapa jalan besar, diantaranya: Jalan kabupaten, ruas Pandaan-Bangil, Jalan Tol Gempol-Pandaan. Kelurahan Kutorejo merupakan wilayah industri yang terdapat di Kecamatan Pandaan.

Gambar 1. Peta wilayah Kelurahan Kutorejo Kecamatan Pandaan



Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Kutorejo Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan, dilaksanakan selama 3 bulan yaitu Juni sampai Agustus 2022. Kegiatan pengabdian terbagi dalam 5 (lima) tahap, dimulai dalam tahap persiapan sampai dengan pembuatan pelaporan. Pada tahap pertama Kegiatan yang dilakukan adalah persiapan dan perijinan, tahap kedua observasi, tahap ketiga adalah identivikasi permasalahan, tahap keempat adalah pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, serta tahap yang terakhir adalah evaluasi hasil pelatihan. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana peserta melakukan implementasi materi pelatihan dan bagaimana efeknya terhadap usaha yang dimiliki.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

No.	Kegiatan	Tahun 2022		
		Juni	Juli	Agustus
1	Persiapan dan Perijinan			
2	Observasi Potensi Wilayah			
3	Identivikasi Masalah			
4	Pelaksanaan Pelatihan			
4	Evaluasi dan Penyusunan laporan hasil kegiatan			

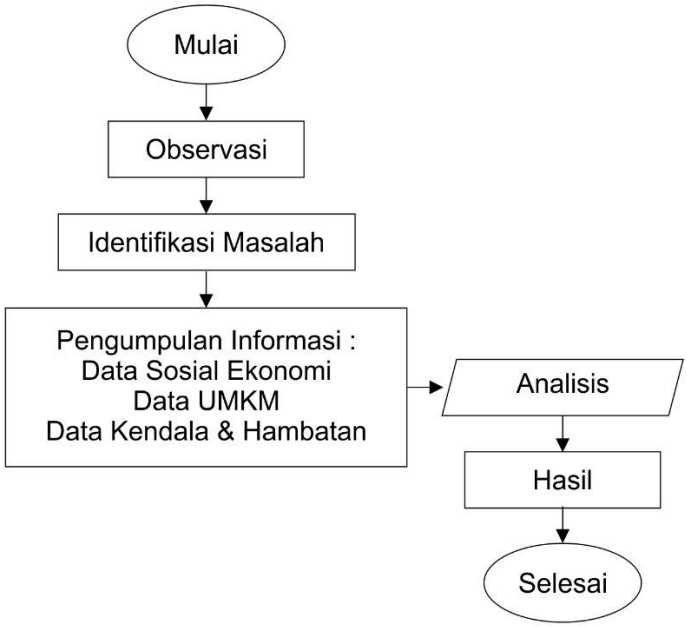
B. Kerangka Pemecahan Masalah

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan diketemukan beberapa permasalahan yang dimiliki oleh pelaku usaha kecil, mikro dan menengah di Kelurahan Kutorejo Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan. Diantaranya adalah:

1) Keterbatasan dalam penguasaan teknologi
2) Wilayah jangkauan pemasaran yang terbatas
3) Adanya pesaing
4) Promosi yang sudah dilakukan kurang efektif
5) Biaya promosi yang dikeluarkan besar

Berdasarkan temuan permasalahan di atas maka kerangka pemecahan masalah yang dibuat untuk mengatasinya adalah sebagai berikut :

Gambar 2. Kerangka Pemecahan Masalah



C. Metode Pendekatan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Metode pendekatan yang akan dipakai dalam mencapai tujuan untuk memberdayakan kelompok UMKM Kelurahan Kutorejo Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan adalah sebagai berikut :

1. Pendekatan survei atau riset pasar, dengan membantu anggota kelompok UMKM menemukan potensi pasar baru melalui metode riset.
2. Pendekatan penyuluhan dan pelatihan dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan anggota kelompok UMKM dalam menggunakan teknologi.
3. Pendekatan pendampingan kepada kelompok UMKM Kelurahan Kutorejo Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan dalam usaha pemasaran produk melalui media digital.

D. Evaluasi dan Kriteria Keberhasilan

Evaluasi dibutuhkan untuk mengukur ketercapaian tujuan program pengabdian masyarakat yang dilakukan. Keberhasilan pelaksanaan program harus sesuai dengan target dan kriteria keberhasilan yang telah dibuat. Indikator dalam keberhasilan suatu kegiatan adalah adanya perubahan dari sebelum diadakan kegiatan dan sesudah dilaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Penjabaran lebih jelas dari kriteria keberhasilan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Kriteria Keberhasilan

No.	Objek Pengamatan	Target Luaran Kegiatan	
		Sebelum Kegiatan	**Sesudah Kegiatan**
1	Pelaku UMKM	Tidak memiliki platform pemasaran digital seperti instagram bisnis, whatsapp bisnis dan facebook bisnis. Masih menggunakan media konvensional dalam mempromosikan produk UMKM Kelurahan Kutorejo Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan	Sudah memiliki platform pemasaran digital seperti instagram bisnis, whatsapp bisnis dan facebook bisnis. Sudah menggunakan iklan melalui media elektronik seperti facebook ads, Instagram ads, dan Google ads.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Sosial Ekonomi Kelurahan Kutorejo

Kabupaten Pasuruan merupakan kawasan industri sejak di tetapkan sebagai kawasan industri pada tahun 2007 karena adaanya PIER (Agustini, winarti. 2013:4). Kawasan PIER (Pasuruan Industrial60 Estate Rembang) yang berada di Kecamatan Rembang. Tidak hanya berada di Rembang namun, ada beberapa kawasan di Kabupaten Pasuruan yang lahannya digunakan sebagai pengembangan industri antara lain di Kecamatan Beji, Gempol, Pandaan, Sukorejo, dan Rembang

(Website pemerintah Kabupaten Pasuruan 2017). Data yang diperoleh pemunjukkan jumlah perusahaan yang ada di 5 kecamatan, lahan yang digunakan untuk pembangunan industri yaitu di Kecamatan Pandaan terdapat 83 perusahaan, di Kecamatan Gempol terdapat 80 perusahaan, di Kecamatan Beji terdapat 64 perusahaan, di Kecamatan Sukorejo terdapat 22 perusahaan dan di Kecamatan Rembang terdapat 44 perusahaan.

Tabel 3. Daftar Perusahaan per-kelurahan di Kecamatan Pandaan

No	Nama Kelurahan	Jumlah
1	Kelurahan Pandaan	9
2	Kelurahan Petungasri	8
3	Kelurahan Jogosari	4
4	Kelurahan Kutorejo	12
5	Desa Tawang Rejo	8
6	Desa Kebon Waris	0
7	Desa Karang Jati	9
8	Desa Plintahan	2
9	Desa Durensewu	2
10	Desa Wedoro	0
11	Desa Tunggul Wulung	0
12	Desa Sumber Gedang	6
13	Desa Nogosari	6
14	Desa Sebani	0
15	Desa Banjarsari	0
16	Desa Banjar Kejen	0
17	Desa Kemiri Sewu	9
18	Desa Sumber Rejo	5

Secara demografi Kelurahan Kutorejo memiliki penduduk dengan angka 4.769 jiwa dengan angka kepala keluarga 1636 KK. Jumlah laki-laki 2.380 jiwa sedangkan perempuan 2.389 jiwa. Setiap tahunnya penduduk kian bertambah dan banyaknya penduduk diakibatkan penduduk pendatang karena keberadaan pabrik di sekitar Keluruhan Kutorejo. Dilihat dari data kebanyakan potensi yang dimiliki Kelurahan Kutorejo merupakan Kawasan lahan Persawahan dan lahan yang digunakan untuk Industri. dan daerah industri sendiri yang ada di Kelurahan Kutorejo terdapat industri dengan skala besar, Industri dengan skala Menengah dan Industri dengan skala Kecil

Tabel 4. Profil Penduduk Kelurahan Kutorejo

No	Jenis Kelamin dan Usia	Jumlah Penduduk
1	Jumlah Penduduk Laki-Laki	2.380 Jiwa
2	Jumlah Penduduk Perempuan	2.389 Jiwa
3	Jumlah Usia 0-15	1.320 Jiwa
4	Jumlah Usia 15-65	1.332 Jiwa
5	Jumlah Usia 65 Ke atas	178 Jiwa

Tabel 5. Potensi Industri di Kelurahan Kutorejo

No	Kawasan Industri	Sub Kawasan
1	Industri Berskala Besar	Ya
2	Industri Berskala Menengah	Ya
3	Insdustri Berskala kecil	Ya

Tahapan Pelatihan Pemasaran Digital

- ✓ Membuat Produk yang Unik
  Produk yang unik dan memiliki keunggulan, cenderung menarik perhatian banyak orang. Contoh strategi pemasaran untuk UMKM yang bisa Anda lakukan adalah dengan membuat produk yang unik dan memiliki keunggulan dibandingkan produk sejenis lainnya. Selain itu, pastikan produk yang Anda buat berkualitas dan bisa memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini akan membantu Anda dalam menghadapi persaingan pasar dan bisa membuat pelanggan loyal terhadap produk Anda.

- ✓ Menjadi Networker Digital
  Networker adalah seseorang yang memiliki jaringan luas dan sifat optimis dalam menjalankan bisnisnya. Anda bisa mulai melebarkan dan meluaskan jaringan sekarang juga. Namun, jika dirasa Anda masih kurang percaya diri, Anda bisa mempekerjakan seorang tenaga pemasaran untuk memperluas jaringan UMKM. Tidak ada salahnya untuk mulai belajar hal baru untuk kebaikan bisnis Anda.
- ✓ Menentukan STP
  STP merupakan singkatan dari segmenting, targeting, dan positioning. Ketiga hal ini saling berhubungan. Dalam melakukan segmenting, Anda bisa memulai dengan membagi pelanggan berdasarkan beberapa kelompok di pasar produk. Kemudian, tentukan targeting dengan memutuskan siapa yang menjadi target pasar utama Anda. Langkah selanjutnya adalah positioning, dimana Anda harus menentukan posisi produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan setiap target pasar.
- ✓ Menggunakan E-commerce
  Strategi pemasaran untuk UMKM selanjutnya adalah dengan memanfaatkan e-commerce. Seperti yang kita ketahui, saat ini e-commerce sedang naik daun dan banyak penggunanya. Jadi Anda bisa memasarkan produk dengan memanfaatkan aplikasi ini. Pemasaran produk dengan e-commerce memberikan manfaat bagi perusahaan. Yaitu, murah dan efisien, memiliki akses tanpa batas, dan bisa memperpendek jarak distribusi produk. Selain itu, karena pandemi covid-19, banyak pengguna yang memilih aplikasi e-commerce.

Gambar 3. Media Promosi Digital



- ✓ Membuat Iklan Digital
  Setelah membuat produk, contoh strategi pemasaran untuk UMKM berikutnya adalah membuat iklan. Pastikan iklan yang Anda buat memiliki tujuan yang jelas karena akan mempermudah Anda untuk mencapai tujuan tersebut. Sesuaikan produk yang Anda buat dengan iklannya. Misalnya Anda ingin memperkenalkan produk makanan atau minuman dengan rasa baru, maka fokus Anda haruslah tertuju pada tujuan rasa baru itu saja.
- ✓ Membuat Promo Digital yang Menarik
  Promosi yang menarik adalah salah satu contoh strategi pemasaran untuk UMKM yang efektif. Hal ini tentunya akan langsung menarik minat pelanggan dan banyak orang untuk membeli produk yang sedang promosi tersebut. Promosi yang Anda berikan bisa berupa diskon, hadiah (*buy one get one*), *cashback,* atau bentuk promosi lainnya. Manfaatkan momen-momen tertentu untuk memberikan promosi ini. Misalnya pada saat lebaran, tahun baru, hari raya, atau saat UMKM Anda berulang tahun.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan di Kelurahan Kutorejo Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan pada bulan Juni, Juli dan Agustus tahun 2022, dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1) UMKM yang terdapat di Kelurahan Kutorejo Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan, rata-rata masih menggunakan media konvensional dalam pemasaran produk sehingga kegiatan pengabdian membuat program pelatihan pemasaran digital sebagai prioritas.
2) Media promosi digital dengan memanfaatkan teknologi dan internet jauh lebih menguntungkan. Ini karena hampir semua orang di dunia, khususnya di Indonesia, lebih banyak menghabiskan waktu dengan gadget, teknologi terkini, yang semuanya

terhubung ke internet. Untuk dapat menerapkan digital marketing, semua promosi akan diarahkan ke penggunaan media sosial, website, platform e-commerce, aplikasi, dan sebagainya.

3) Pelatihan pemasaran digital pada kelompok UMKM di Kelurahan Kutorejo Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan, sangat dibutuhkan.

Saran

Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan di Kelurahan Kutorejo Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan pada bulan Juni, Juli dan Agustus tahun 2022, dapat diperoleh beberapa saran sebagai berikut:

1) Pemahaman kelompok UMKM di Kelurahan Kutorejo Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan terhadap penggunaan sosial media harus ditingkatkan.
2) Perlu adanya pelatihan lanjutan terkait pemasaran produk melalui media digital untuk meningkatkan potensi pertumbuhan ekonomi di wilayah Kelurahan Kutorejo Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan.

DAFTAR PUSTAKA

https://pasuruankab.go.id/
http://pandaan.pasuruankab.go.id/kelurahan-kutorejo
https://www.hestanto.web.id/pemberdayaan-umkm/
https://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran_digital