

Available online at: <http://jarpet.ft.unand.ac.id/>

Jurnal Andalas: Rekayasa dan Penerapan Teknologi

ISSN (Online) 2797-9024



Pelatihan Digital Marketing Sebagai Usaha Meningkatkan Penjualan dan Pemasaran pada UMKM Uberr Kota Solok

Jefril Rahmadoni¹, Cesar Welya Refdi², Ismed², Felga Zulfia Rasdiana², Risti Kurnia Dewi³, Indah Permata suryani⁴, Ufa Aurora Guciano¹, Ulfatmi Hanifa¹

¹Jurusan Sistem Informasi, Universitas Andalas, Padang, 25163, Indonesia

²Jurusan Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian, Universitas Andalas, Padang, 25163, Indonesia

³Jurusan Ilmu Gizi, Universitas Andalas, Padang, 25163, Indonesia

⁴Jurusan Akuntansi, Universitas Andalas, Padang, 25163, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Diajukan: 13 Desember 2022

Revisi: 30 Desember 2022

Diterbitkan: 30 Juni 2023

KATA KUNCI

Workshop; MSME; digital marketing; e-commerce; social media; Uberr

KORESPONDENSI

E-mail: cesarwelya@ae.unand.ac.id

A B S T R A K

Pemasaran produk saat ini telah banyak dilakukan melalui media internet atau yang dikenal dengan nama digital marketing. Digital Marketing dijadikan sebagai salah satu strategi promosi dan penjualan karena sejumlah manfaat yang didapatkan seperti meningkatkan lapangan kerja dan kemudahan ruang dan waktu yang tidak terbatas karena internet sebagai wadah transaksi jual beli. Namun manfaat digital marketing ini tidak digunakan dengan baik oleh UMKM Uberr Kota Solok. Hal ini terjadi karena banyak faktor seperti latar belakang pendidikan para pelaku usaha yang masih rendah, faktor umur dimana kebanyakan para pelaku usaha UMKM di Kota Solok merupakan orang yang sudah tidak muda lagi dan kurangnya pengetahuan seputar teknologi dan internet. Tujuan pengabdian ini yaitu menerapkan digital marketing pada UMKM Uberr sehingga dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pemasaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan data penggunaan digital marketing pada saat ini dan menerapkan pelatihan digital marketing pada UMKM Uberr. Tim Matching Fund memberikan pelatihan digital marketing untuk para pelaku usaha UMKM Kota Solok dengan menggunakan aplikasi sosial media, aplikasi marketplace, dan platform berbagi.link. Hasil dari pemberian pelatihan ini, UMKM Uberr telah memiliki beberapa media pemasaran secara online yaitu whatsapp business, instagram business, shopee, pemantapan penggunaan website E-UMKM manjua dan penggunaan platform berbagi.link.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (selanjutnya disebut dengan UMKM) dilansir dari website sukorejo.semarangkota.go.id merupakan sebuah usaha yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang telah memenuhi sebagai usaha mikro. UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian di dunia. Adanya UMKM menyebabkan terbentuknya lapangan kerja untuk masyarakat sekitar dan sebagai wadah untuk kontribusi dan inovasi atas produk domestik bruto suatu negara [1]. Menurut Abdurrahman dkk, UMKM memiliki kontribusi ekonomi mencapai 80% di seluruh dunia [2]. Keberadaan UMKM di Indonesia telah mengangkat perekonomian secara signifikan. Dilansir dari website scientia.id, pada tahun 2020 Sumatera Barat memiliki UMKM sebanyak 593.100 unit yang terdiri dari usaha mikro sebanyak 531.350 unit (89.59%), usaha kecil sebanyak 53.431 unit (9.01%), usaha menengah sebanyak 7.900 unit (1.33%) dan usaha besar sebanyak 419 unit (0,07%). Jumlah ini merupakan jumlah yang cukup banyak sehingga UMKM yang ada di Sumatera Barat perlu ditingkatkan lagi. Peningkatan kualitas UMKM ini dapat ditingkatkan dengan menggunakan media internet.

Penggunaan internet pada saat ini sudah menjadi sebuah kebutuhan bagi setiap orang. Hampir setiap hari orang menggunakan internet untuk menunjang berbagai aktivitas. Penggunaan internet di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang pesat setiap tahunnya. Menurut Wijoyo dkk, pengguna internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 175,4 juta pengguna pada Januari 2020 [3]. Hal ini mengindikasikan bahwa 63,4% dari seluruh masyarakat Indonesia telah menggunakan internet. Karena besarnya penggunaan internet ini, maka sejumlah pelaku usaha UMKM harus memanfaatkan kondisi ini sebagai salah satu sarana promosi dan penjualan. Cara yang dapat digunakan yaitu melalui digital marketing.

Digital marketing adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan termasuk branding dengan menggunakan berbagai macam media berbasis website [4]. Penggunaan digital marketing ini dapat membantu penjual dan konsumen supaya dapat berinteraksi dengan lebih cepat mengenai produk yang dijual [3]. Selain itu, digital marketing membantu supaya biaya pemasaran dapat lebih diefektifkan dan juga

membuat ruang dan waktu pemasaran menjadi tidak terbatas [5]. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa digital marketing memiliki banyak manfaat yang tidak bisa diabaikan oleh para pelaku usaha UMKM. Salah satu kota yang memiliki banyak UMKM adalah Kota Solok.

Kota Solok sebagai salah satu kota yang berada di Sumatera Barat memiliki banyak UMKM yang bergerak pada bidang kuliner. Salah satu UMKM yang ada di Kota Solok adalah UMKM Uberr. UMKM Uberr merupakan UMKM yang bergerak pada bidang makanan ringan homemade. UMKM ini menghimpun ibu-ibu yang memiliki usaha jual makanan kecil yang kemudian membentuk sebuah kelompok penjual yang menjual berbagai macam jenis makanan ringan. Dalam penjualannya, mereka kebanyakan masih menggunakan penjualan secara manual melalui kedai-kedai, galeri yang dibuat di rumah produksi, atau melalui toko. Penjualan melalui media internet biasanya dilakukan melalui whatsapp personal, instagram personal dan website E-UMKM manjua saja. Penjualan seperti ini hanya akan menjangkau pelanggan pada wilayah regional saja dan tidak menjangkau penjualan secara lebih luas. Hal ini terjadi dikarenakan banyak faktor seperti latar belakang pendidikan para pelaku usaha yang masih rendah, faktor umur dimana kebanyakan para pelaku usaha UMKM di Kota Solok merupakan orang yang sudah tidak muda lagi dan kurangnya pengetahuan seputar teknologi dan internet [1].

Sumber Daya Manusia (SDM) yang kurang mumpuni ini menjadi sebuah tantangan oleh pemerintah untuk dapat meningkatkan kualitas UMKM yang ada di Sumatera Barat. Oleh karena itu, maka tim Matching Fund Universitas Andalas berinisiatif untuk memberikan sejumlah pelatihan Digital Marketing kepada UMKM Uberr sebagai salah satu bentuk pengabdian. Kegiatan ini merupakan kegiatan kerja sama antara Universitas Andalas dengan Pemerintah Kota Solok.

Pemberian Pelatihan Digital Marketing ini akan difokuskan pada penggunaan media sosial, aplikasi marketplace dan website E-Commerce sebagai media promosi dan penjualan. Media sosial yang digunakan yaitu Instagram Business dan Whatsapp Business. Aplikasi marketplace yang digunakan yaitu Shopee. Sementara untuk aplikasi website e-commerce, maka akan dilakukan pelatihan untuk pemantapan penggunaan website E-UMKM manjua milik pemerintah Kota Solok. Selain dari itu, pada pelatihan ini, para pelaku UMKM juga akan dikenalkan dengan sebuah platform baru yang bernama berbagi link. Platform ini merupakan platform yang menyediakan jasa untuk mengumpulkan sejumlah link/tautan dalam sebuah halaman kasus yang bisa di custom. Diharapkan dengan adanya sejumlah pelatihan yang diberikan, maka UMKM Uberr terbantu untuk bisa lebih meningkatkan pemasaran dan penjualan mereka secara lebih luas, bukan hanya di Kota solok dan sekitarnya saja.

METODE

Dalam usaha untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran bagi UMKM Uberr Kota Solok melalui pelatihan *digital marketing* yang dilakukan, terdapat beberapa kegiatan pokok yang dilakukan:

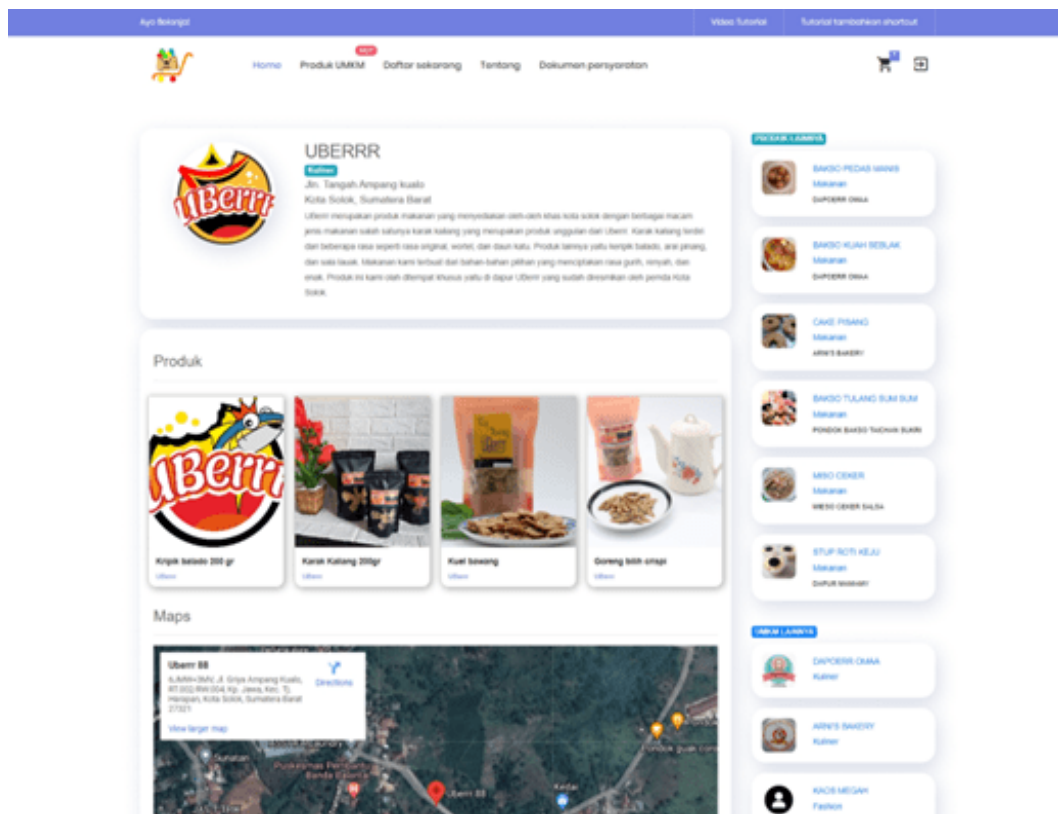
1. Mencari tahu penerapan *digital marketing* yang sudah ataupun belum dilakukan sebelumnya. Hal ini dilakukan guna memberikan gambaran mengenai adopsi teknologi yang telah dan belum dilakukan UMKM saat ini. Kegiatan ini dilakukan dengan menerapkan metode pengumpulan data sekunder dan primer yaitu metode pengumpulan data melalui internet dan wawancara. Metode pengumpulan data sekunder melalui internet dilakukan dengan mencari tahu mengenai profil UMKM, *platform* yang pernah digunakan ataupun aplikasi sosial media yang digunakan. Selanjutnya adalah melakukan wawancara pada para pemangku kepentingan UMKM Uberr sehingga akan diperoleh informasi mengenai penerapan teknologi *digital marketing* yang telah dilakukan sekaligus melakukan konfirmasi terhadap hasil dari pengumpulan data sekunder melalui internet.
2. Pelatihan *digital marketing* yang perlu dilakukan dalam usaha pengembangan penjualan dan perluasan wilayah pemasaran produk UMKM Uberr. Pelatihan *digital marketing* dilakukan melalui tiga tahapan materi yaitu:
 - a. Materi mengenai aplikasi *digital marketing* untuk UMKM. Pada pelatihan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada peserta mengenai penerapan dari aplikasi yang bermanfaat untuk *digital marketing* yang dapat diterapkan pada UMKM sehingga dapat mengembangkan penjualan dan pemasaran produk.
 - b. Materi mengenai penerapan *e-commerce* dan *social media* dalam usaha meningkatkan pemasaran produk. Dalam hal ini, diharapkan bahwa para peserta dapat menerapkan dan menjalankan aplikasi baik itu *e-commerce* ataupun *social media* untuk pemasaran produk sehingga tidak hanya pelanggan yang berlokasi di dalam Kota Solok saja yang dapat membeli, tetapi juga pelanggan yang berlokasi di luar Kota Solok.
 - c. Materi terakhir yaitu pelatihan atau demo pembuatan aplikasi *e-commerce* dan *social media* pada UMKM Uberr.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah diidentifikasi dan dicari tahu mengenai aplikasi digital marketing yang sudah diterapkan oleh aplikasi Uberr hanya sebatas pada penggunaan platform e-UMKM manjua, penggunaan whatsapp personal, dan penggunaan instagram biasa yang masih belum maksimal. Berdasarkan hasil identifikasi dan mengenai penerapan digital marketing yang belum atau sudah dilakukan oleh UMKM Uberr. Berikut merupakan rincian dari masing-masing hasil identifikasi tersebut:

E-UMKM manjua

UMKM ini juga telah menggunakan salah satu platform *marketplace* yang dibangun dan dikelola oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (Koperindag) dan UMKM Kota Solok yang diberi nama “*manjua*”. Aplikasi ini juga mulai diperkenalkan pertama kali oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (Koperindag) dan UMKM Kota Solok dalam sosialisasi peningkatan penggunaan produk dalam negeri (P3DN), yang berlangsung di Gedung Kubuang Tigo Baleh pada tanggal 1 Desember 2021. Pada platform ini ditampilkan produk unggulan dari masing-masing UMKM yang ada di Kota Solok lengkap dengan fungsional yang dapat membantu pelanggan dalam melakukan transaksi jual beli secara *online*. Dengan adanya *platform* ini, diharapkan dapat berguna dalam memperluas lokasi pemasaran produk sehingga tidak hanya dapat dijangkau oleh pelanggan yang berada di lokasi Kota Solok tetapi juga pelanggan yang berada di luar Kota Solok. Demi kemudahan dalam menggunakan aplikasi tersebut, terdapat video yang menjelaskan cara penggunaan aplikasi tersebut.



Gambar 1. E-UMKM *manjua*

Gambar 1 merupakan gambar yang menampilkan UMKM Uberrr pada platform “*manjua*”. Pengguna dapat melihat detail dari UMKM Uberrr diantaranya:

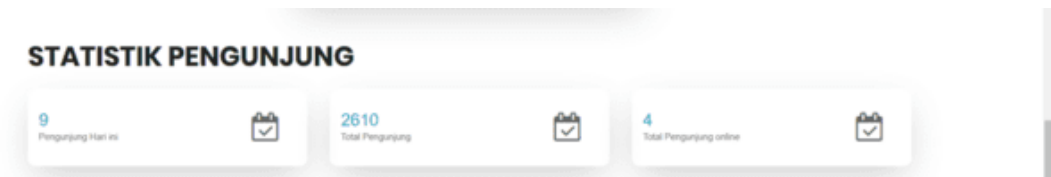
- Nama UMKM
- Bidang usaha UMKM
- Alamat dan *maps* UMKM
- Deskripsi singkat UMKM
- Produk yang dijual UMKM. Untuk masing-masing produk dapat dilihat detailnya. Detail yang ditampilkan tersebut diantaranya nama, harga, berat, deskripsi singkat, informasi tambahan, dan membagikan informasi produk dengan melakukan *scan barcode*.

Platform juga menyediakan beberapa fungsional yaitu:

- Pendaftaran akun. Pendaftaran akun dapat dilakukan baik oleh pelanggan ataupun pemilik UMKM. Jika sebagai pengunjung, maka pengguna hanya perlu untuk memasukkan nama, *username*, *email*, nomor hp, dan *password*. Sementara, jika sebagai pemilik UMKM perlu untuk mempersiapkan beberapa dokumen yaitu KTP dan dokumen persyaratan yang formatnya telah disediakan pada *platform*.
- Login* ke aplikasi dengan memasukkan *username* atau *email* dan *password*.
- Tampilan daftar produk untuk keseluruhan UMKM. Dalam satu halaman akan ditampilkan 9 produk yang masing-masingnya akan ditampilkan foto, nama produk dan kategori produk.
- Keranjang saya untuk menyimpan produk-produk yang akan dibeli sebelum melakukan pembayaran.
- Riwayat pemesanan untuk melihat seluruh transaksi yang pernah dilakukan lengkap dengan statusnya.

- F. Pembelian dan pembayaran. Setelah barang diletakkan di keranjang, pembeli dapat melakukan *checkout*. Sebelumnya, pembeli harus memasukkan alamat, memilih metode pembayaran, dan memilih metode pengiriman.

Pada website E-UMKM *manjua*, jumlah kunjungan pada website masih sedikit sehingga perlu peningkatan akses website supaya produk UMKM Kota Solok dapat lebih dikenal. Berikut tampilan kunjungan website E-UMKM *manjua*:



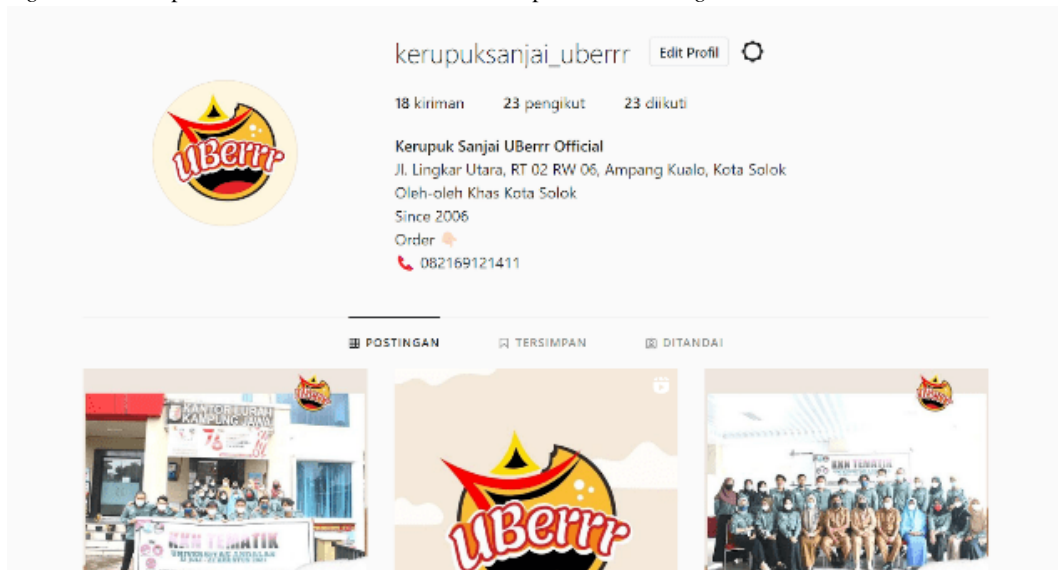
Gambar 2. Statistik kunjungan E-UMKM *manjua* (sebelum pelatihan)

Whatsapp Pribadi

Whatsapp pribadi yang digunakan hanya diperuntukkan bagi pelanggan yang memiliki kontak UMKM (penjual) dan bertanya langsung pada pemilik akun saja. Biasanya pembeli akan menanyakan kepada penjual produk apa saja yang dijual dan berapa harganya. Jika harga yang diberikan cocok, maka pembeli akan melakukan pemesanan produk. Berbeda dengan *whatsapp business*, disana pelanggan yang memiliki kontak penjual dapat melihat detail produk secara langsung tanpa harus bertanya kepada penjual. Oleh karena itu, pelatihan atas penerapan *whatsapp business* perlu untuk dilakukan pada UMKM Uberrr sehingga dapat memudahkan pelanggan dan menghemat waktu.

Instagram

Instagram merupakan media sosial yang dapat menyajikan foto dan video singkat yang dapat digunakan dalam pemasaran produk. Pemasaran produk melalui *instagram* pada pada UMKM Uberrr dilakukan melalui akun *instagram* *kerupuksanjai_uberrr*. Akun tersebut yang masih menggunakan akun biasa dengan fitur yang sangat terbatas dalam pemasarannya. Terutama dalam hal pengelolaan profil pengguna dan melihat performa (wawasan) dari pengguna. Sehingga dalam hal ini perlu untuk dilakukan pelatihan mengenai penerapan *instagram business* pada UMKM Uberrr. Gambar 3 merupakan akun *instagram* UMKM Uberrr.



Gambar 3. Akun Instagram UMKM Uberrr (sebelum pelatihan)

Guna melakukan perluasan pada bidang penjualan dan pemasaran maka dilakukanlah pembekalan kepada peserta yang merupakan bagian dari UMKM Uberrr dengan melalui tiga pelatihan. Pelatihan pertama yaitu aplikasi *digital marketing* untuk UMKM menjelaskan tentang konsep dasar *digital marketing*, tahapan membuat strategi *digital marketing*, jenis dan aplikasi pendukung *digital marketing*. Gambar 4 merupakan dokumentasi dari kegiatan pelatihan pertama.



Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan Pelatihan Pertama

Pada materi kedua yaitu penerapan *e-commerce* dan *social media* dalam usaha meningkatkan pemasaran produk menjelaskan tentang transformasi teknologi, penggunaan media sosial, konsep dasar, manfaat, kelemahan, revolusi, dan 10 peringkat *platform e-commerce*. Gambar 5 merupakan dokumentasi dari kegiatan pelatihan kedua.



Gambar 5. Dokumentasi Kegiatan Pelatihan Kedua

Materi terakhir yaitu demo pembuatan aplikasi *e-commerce* dan *social media* pada UMKM Uberrr. Gambar 6 merupakan dokumentasi dari kegiatan pelatihan ketiga.



Gambar 6. Dokumentasi Kegiatan Pelatihan Ketiga

Berikut merupakan hasil dari penerapan *digital marketing* dari UMKM Uberrr:

Whatsapp Business

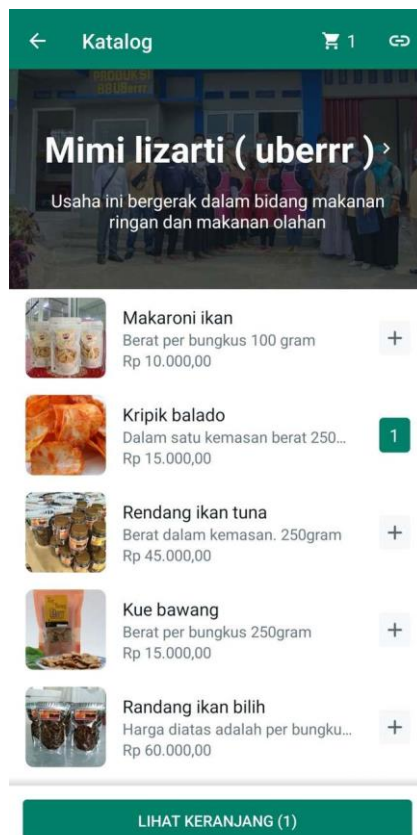
Whatsapp Business merupakan salah satu layanan yang digunakan untuk berkomunikasi khusus untuk bisnis. Aplikasi ini sangat cocok untuk pelaku UMKM dalam melakukan penjualannya. Berikut merupakan keunggulan dari *Whatsapp Business* dibandingkan dengan *whatsapp* biasa:

- A. Dapat mengelola informasi tambahan mengenai profil dari UMKM misalnya nama UMKM, alamat, *website*, deskripsi bisnis, dan jam operasional dari perusahaan.
- B. Fitur balasan cepat yang memungkinkan penjual untuk memberikan balasan lebih cepat kepada pelanggan tanpa melakukan pengetikan terlalu banyak.
- C. Fitur pesan otomatis yang memungkinkan penjual untuk memberikan pesan otomatis kepada pelanggan secara cepat. Pesan otomatis akan dijalankan di luar jam operasional penjual. Dalam pesan otomatis, dapat memasukkan *greeting message*, daftar produk dan harganya, hingga *frequently asked question*.
- D. *Broadcast* merupakan fitur yang digunakan oleh penjual untuk mengirimkan pengumuman kepada pelanggannya tanpa harus melakukan pengiriman satu per satu.
- E. Pemberian label pada pelanggan dapat dilakukan untuk mengelompokkan pelanggan menjadi beberapa kelompok yang ditentukan.
- F. Pada aplikasi ini juga terdapat fitur untuk menerima pesanan, memberikan nomor pemesanan, dan hubungan langsung pelanggan-toko lainnya.

Gambar 7 dan Gambar 8 merupakan hasil dokumentasi dari *Whatsapp Business* yang telah dibuat oleh UMKM Uberrr.



Gambar 7. Tampilan Profil Whatsapp Business UMKM Uberrr



Gambar 8. Tampilan Katalog Whatsapp Business UMKM Uberrr

Shopee

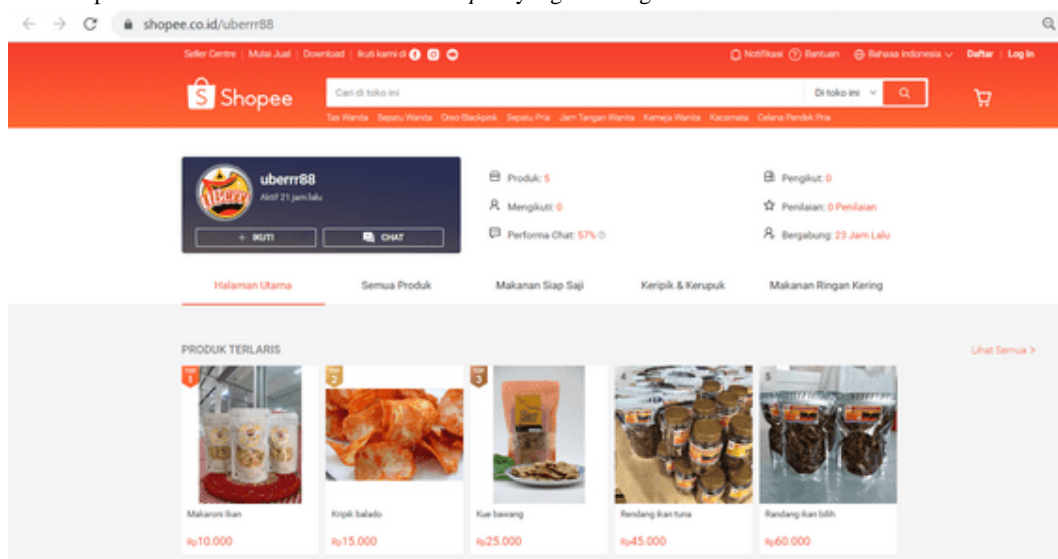
Shopee merupakan salah satu *e-commerce* yang berdiri pada tahun 2009 yang berpusat di Singapura. Aplikasi ini diluncurkan pada tahun 2015 dengan jangkauannya ke daerah Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Aplikasi ini merupakan salah satu

platform terbaik yang menyuguhkan pengalaman berbelanja online yang mudah, aman dan cepat dengan sistem pembayaran dan dukungan logistik yang kuat. Shopee bertujuan untuk terus meningkatkan platform kami untuk memberikan pengalaman berbelanja yang mudah dan menyenangkan bagi semua pengguna dan menjadi pilihan platform *e-commerce* di Asia Tenggara dan Taiwan.

Berikut merupakan kelebihan dari aplikasi *shopee*:

- A. Memberikan kemudahan dalam memasukkan gambar produk dengan jumlah foto terbanyak yang masukkan adalah 9.
- B. Menyediakan fitur untuk memudahkan penjual dalam melakukan pengecekan baik dalam pembayaran, produk, ataupun status transaksi.
- C. Menyediakan fitur pemblokiran barang yang ketika mengalami permasalahan.
- D. Menyediakan fitur untuk menambahkan *hashtag* dan fitur menambahkan foto yang diambil dari *instagram*.
- E. Jika pelanggan memiliki produk dengan banyak variasi, maka adanya fitur varian produk akan sangat cocok digunakan.
- F. Aplikasi ini dapat digunakan baik dengan menggunakan Android dan Apple.
- G. Banyak menyediakan fitur promosi baik dalam hal ongkos kirim dan produk pada waktu tertentu.
- H. Produk yang dijual dan ditampilkan pada aplikasi tidak dibatasi.
- I. Dapat dikirim ke seluruh wilayah.

Berdasarkan kelebihan yang dimiliki aplikasi tersebut, maka dengan menerapkan aplikasi *shopee* pada UMKM Uberrr akan dapat meningkatkan penjualan dan pemasaran produk yang dapat dijangkau tidak hanya di wilayah Solok saja namun juga di luar wilayah Solok. Gambar 9 merupakan hasil dokumentasi dari akun *Shopee* yang telah digunakan oleh UMKM Uberrr.



Gambar 9. Shopee UMKM Uberrr

Instagram Business

Sekarang *instagram* tidak hanya digunakan sebagai tempat untuk berbagi foto atau video saja tetapi juga sebagai media untuk mendukung proses bisnis. Dengan adanya *instagram*, dapat digunakan dalam melakukan *branding* usaha hingga pemasaran. *Instagram Business* ini diluncurkan pada tahun 2014. Berikut merupakan kelebihan yang dimiliki oleh *instagram business*:

- A. Memperluas jangkauan pemasaran produk. Dengan memanfaatkan *instagram business* dapat menjangkau seluruh masyarakat di seluruh dunia.
- B. Tampilan akun menjadi profesional yang memudahkan pelanggan dengan adanya menu *contact* yang menyediakan kontak yang akan dihubungi, *order* yang diarahkan ke halaman bisnis, dan alamat yang terkoneksi dengan *maps*.
- C. Terdapat fitur *auto reply* dan *quick reply* yang memungkinkan setiap pesan masuk ke DM akan dibalas serta melakukan penyimpanan format jawaban untuk pertanyaan sejenis.
- D. Terdapatnya fitur *instagram shopping* yang memiliki fungsi yang sama dengan *marketplace* sehingga memungkinkan pengguna membuat katalog dan memproses transaksi.
- E. Adanya fitur *schedule post* yang digunakan untuk menjadwalkan *post* pada waktu yang ditentukan.
- F. Adanya fitur untuk pengelolaan pengguna yang berbeda dengan akun *instagram* biasa. Dalam hal ini berkaitan dengan profil pengguna.
- G. Adanya fitur *instagram story* yang memungkinkan pengguna berkomunikasi dengan pengikutnya baik dalam memberikan stiker interaktif, *polling*, *question*, dll. Dengan adanya fitur stiker dapat meningkatkan *engagement rate* pada akun.
- H. Adanya fitur *instagram reels* yang memberikan kemudahan pada pengguna untuk membuat video dengan durasi yang pendek. Video tersebut dapat dilihat dan diberikan kepada pengguna baik yang telah atau belum mengikuti akun.
- I. Adanya fitur *instagram live* yang memungkinkan pengguna berinteraksi dengan pengikut, menjual produk secara terbatas saat live berlangsung serta mengadakan diskusi dengan *influencer* untuk menarik pengikut baru.
- J. Adanya *partnership tag* yang memungkinkan pemilik akun melihat *insight* kampanye iklan *influencer* secara *real time*.

Berdasarkan kelebihan yang dimiliki aplikasi tersebut, maka dengan menggunakan *instagram business* pada UMKM Uberrr akan dapat meningkatkan penjualan dan pemasaran produk yang dapat dijangkau tidak hanya di wilayah Solok saja namun juga di luar wilayah Solok. Gambar 10 merupakan hasil dokumentasi dari akun *instagram business* yang telah ada pada UMKM Uberrr.



Gambar 10. Instagram Business UMKM Uberrr (setelah pelatihan)

Berbagi.link

Berbagi.link merupakan salah satu *platform* yang digunakan dalam mengelompokkan tautan informasi dalam suatu tautan. Dengan hal ini, pengguna dapat memudahkan orang yang mengakses keseluruhan tautan yang dimiliki oleh pemilik tautan. Ada beberapa hal yang dapat dikelompokkan yaitu media sosial, informasi, *marketplace*, *creative & design*, *crowdfunding*, dan *payment*. Dalam menggunakan aplikasi ini, ada tiga langkah yang harus diikuti yaitu pengguna daftarkan diri melalui situs web *berbagi.link* atau Aplikasi BisaBerbagi, lengkapi biodata dan informasi selengkap-lengkapnyanya, dan bagikan tautan yang sudah dibuat. Ada beberapa keunggulan dari aplikasi Berbagi.link yaitu:

- A. Praktis, Mudah & Lengkap Informasinya karena dapat diakses dalam satu *link*.
- B. Membuka Banyak Kesempatan Bisnis Melalui Satu Tautan.
- C. Cara Efektif Meningkatkan Transaksi dengan Menautkan Segala Informasi

Ada beberapa fitur unggulan yang dimiliki oleh aplikasi ini:

- A. *Full Profile* yang digunakan untuk mengelola profil usaha.
- B. *Google maps location* yang digunakan untuk memberikan lokasi.
- C. *Banner promotion* yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui konten.
- D. *Online shop* yang digunakan untuk menjual produk.
- E. *Multiple link* yang digunakan untuk memberikan banyak tautan informasi.
- F. *Group link* yang digunakan untuk mengumpulkan *link* dalam satu grup.

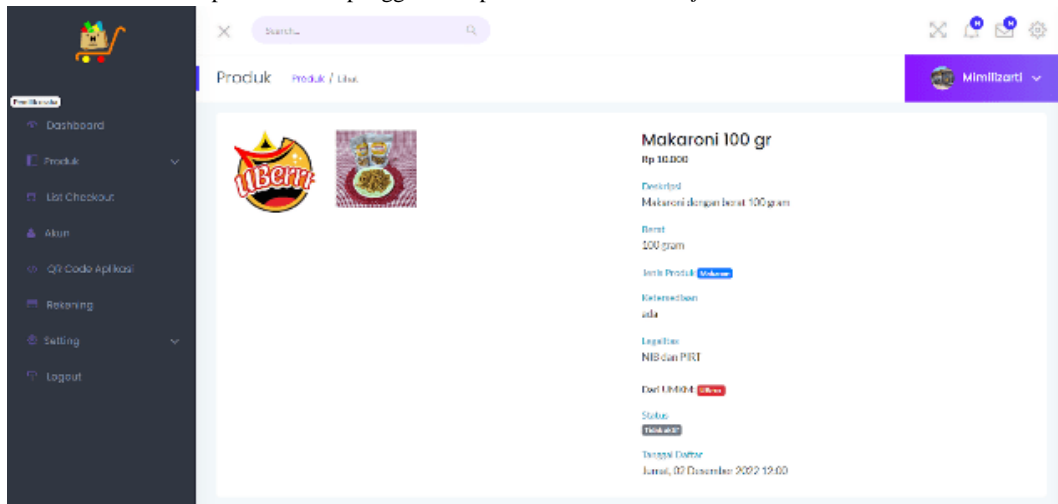
Berdasarkan kelebihan yang dimiliki aplikasi tersebut, maka dengan menggunakan *berbagi.link* pada UMKM Uberrr memberikan tautan informasi mengenai profil yang bersangkutan. Untuk *berbagi.link* UMKM Uberrr dapat diakses pada tautan berikut: <https://berbagi.link/uberrr88>. Gambar 11 merupakan hasil dari dari akun *berbagi.link* pada UMKM Uberrr.



Gambar 11. Berbagi.link UMKM Uberrr

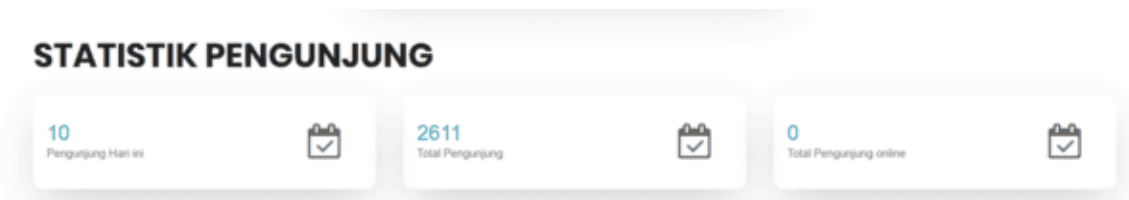
E-UMKM manjua

Pada *E-UMKM manjua*, dilakukan penambahan pada produk yang telah dihasilkan oleh kegiatan *Matching Fund* yaitu makaroni. Berikut merupakan hasil dokumentasi dari pembaharuan penggunaan aplikasi *E-UMKM manjua*.



Gambar 12. E-UMKM manjua

Selain itu, setelah dilakukan pembuatan akun dan penyebaran tautan pada platform *berbagi.link*, statistik kunjungan website *E-UMKM manjua* meningkat dari statistik kunjungan sebelumnya. Berikut gambar statistik kunjungan website *E-UMKM manjua* setelah penyebaran tautan *berbagi.link*.



Gambar 13. Statistik kunjungan website E-UMKM *manjua* terbaru (setelah pelatihan)

KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian berupa pemberian pelatihan *digital marketing*, dapat disimpulkan bahwa UMKM Uberrr belum maksimal dalam penggunaan *digital marketing* sebagai sarana pemasaran dan penjualan dan cenderung masih melakukan penjualan secara *offline*. Oleh karena itu, diperlukan pemberian pelatihan *digital marketing* kepada para pelaku usaha UMKM Uberrr yang diarahkan pada aplikasi media sosial, *marketplace*, dan *platform* berbagi.link. Hasil dari pelatihan ini, UMKM telah memiliki beberapa media pemasaran secara online yaitu untuk aplikasi media sosial, UMKM telah memiliki *whatsapp business* dan *instagram business* yang sebelumnya masih berbentuk *account* personal. Untuk aplikasi *marketplace*, UMKM telah memiliki *account Shopee* yang telah siap untuk digunakan sebagai sarana promosi dan penjualan. Untuk penggunaan website E-UMKM *manjua*, para pelaku usaha UMKM Uberrr telah lebih mantap dalam penggunaan website E-Commerce dengan bertambahnya produk dan penyusunan katalog produk yang lebih rapi. Sementara untuk *platform* berbagi.link, UMKM Uberrr telah berhasil membuat sebuah halaman yang berisi berbagai tautan produk dari berbagai aplikasi lain. Dengan semua keberhasilan pembuatan akun ini, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan ini berjalan dengan lancar. Diharapkan dengan terlaksananya pelatihan ini, maka para pelaku usaha UMKM Uberrr dapat lebih meningkatkan penjualan secara online dan akun yang sudah dibuat dapat digunakan dengan sebaik-baiknya dan akun *digital marketing* tersebut dapat lebih dikembangkan lagi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih diucapkan oleh tim sebesar-besarnya kepada Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Kemendikbudristek atas pendanaan program *Matching Fund* ini. Terima kasih juga diucapkan kepada pihak yang terlibat yaitu Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM Kota Solok.

REFERENSI

- [1] E. Susanti, "PELATIHAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA PENGEMBANGAN USAHA BERBASIS TEKNOLOGI PADA UMKM DI DESA SAYANG KECAMATAN JATINANGOR," *Sawala : Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, vol. 1, no. 2, p. 36, Jul. 2020, doi: 10.24198/sawala.v1i2.26588.
- [2] G. Abdurrahman, H. Oktavianto, E. Y. Habibie, and A. W. Hadiyatullah, "Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, vol. 1, no. 2, pp. 88–92, Dec. 2020, doi: 10.32528/jpmm.v1i2.3981.
- [3] H. Wijoyo, H. Haudi, A. Ariyanto, D. Sunarsi, and M. F. Akbar, "Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa (Pengabdian Kepada Masyarakat Kerjasama Antar Kampus)," *IKRA-ITH ABDIMAS*, vol. 3, no. 3, pp. 169–175, Nov. 2020, Accessed: Jul. 05, 2023. [Online]. Available: <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/view/778>
- [4] N. Hidayati, P. T. Pungkasanti, and N. Wakhidah, "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI DIGITAL MARKETING UMKM DI KECAMATAN TEMBALANG SEMARANG," *ABDIMASKU : JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, vol. 3, no. 3, p. 119, Sep. 2020, doi: 10.33633/ja.v3i3.129.
- [5] A. A. Hendriadi, B. nurina Sari, and T. N. Padilah, "Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang," *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 4, no. 2, Dec. 2019, doi: 10.25047/j-dinamika.v4i2.1133.