

Penerapan *Digital Marketing* Untuk Optimalisasi Sistem Informasi Manajemen Pada Umkm Mebel Aneka Jaya Kota Malang

**Meisa Faiza Aulia¹, Robet Mangole², Abu Sofian³, Supami Wahyu Setiyowati⁴,
Asna⁵, Fauzan⁶**

^{1,2,3,4,5,6} Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Meisa Faiza Aulia

E-mail: robertmangole82@gmail.com

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk membantu mitra UMKM Mebel Aneka Jaya dalam menyelesaikan permasalahan lemahnya pemasaran dan integritas informasi. Solusi yang ditawarkan adalah dengan memberikan workshop, pelatihan, dan pendampingan untuk mengoptimalkan sistem informasi manajemen (SIM) dan menerapkan digital marketing. Pengabdian ini menggunakan metode survei dan wawancara langsung dengan mitra UMKM Mebel Aneka Jaya. Workshop dan pelatihan digital marketing juga dilakukan untuk meningkatkan wawasan dan pemahaman pemilik maupun karyawan Mebel Aneka Jaya. Pengabdian ini menunjukkan bahwa penerapan SIM dan digital marketing yang optimal dapat membantu meningkatkan omzet penjualan UMKM. Mebel Aneka Jaya berhasil memperoleh peningkatan omzet sebanyak 50% setelah mengikuti pelatihan dan workshop.

Kata kunci - *Digital marketing, Sistem Informasi Manajemen, UMKM, Workshoop dan Pelatihan*

Abstract

This Community Service aims to help Aneka Jaya Furniture MSME partners solve the problems of weak marketing and information integrity. The solution offered is to provide workshops, training, and mentoring to optimize the management information system (SIM) and implement digital marketing. This Community Service uses survey methods and direct interviews with Aneka Jaya Furniture MSME partners. Digital marketing workshops and training were also conducted to improve the insight and understanding of the owners and employees of Aneka Jaya Furniture. This Community Service shows that the optimal implementation of SIM and digital marketing can help increase the sales turnover of MSMEs. Aneka Jaya Furniture managed to get a 50% increase in turnover after attending training and workshops.

Keywords - *Digital marketing, Management Information System, MSMEs, Workshops and Training*

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, teknologi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, termasuk dalam dunia bisnis, Teknologi digital telah mengubah cara manusia dalam berkomunikasi, bertindak, dan mengambil keputusan. Aktivitas pemasaran pun tak lepas dari pengaruh teknologi digital (Syafii and Budiyanto 2022). Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) seperti Mebel Aneka Jaya, perkembangan teknologi menghadirkan peluang sekaligus tantangan. Menurut (Sasongko et al., 2020) Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM merupakan motor inovasi dan kreativitas dalam perekonomian. Fleksibilitas dan kemampuan adaptasi yang tinggi membuat UMKM mampu merespon perubahan pasar dengan cepat. Namun, UMKM Mebel Aneka Jaya, seperti banyak UMKM lainnya, masih menghadapi sejumlah tantangan, terutama dalam hal pemasaran dan pengelolaan keuangan. Kurangnya pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran membatasi jangkauan pasar yang dapat dijangkau. Selain itu, kelemahan dalam pengelolaan keuangan akibat kurangnya pemahaman manajemen keuangan memperparah situasi perusahaan di tengah era digital yang semakin kompetitif.

Untuk meningkatkan daya saing dan menjaga eksistensi di era digital, Mebel Aneka Jaya membutuhkan wawasan terkait *digital marketing* dan sistem informasi manajemen (SIM) yang efektif. Hal ini penting untuk menjangkau target pasar yang lebih tepat dan luas, meningkatkan penjualan, keuntungan, serta keamanan akses informasi pada setiap tahapan bisnis melalui platform media sosial, Sosial media juga tentang cara pembicaraan ini bisa dihasilkan, dipromosikan, dan dijadikan pendapatan (Ratna Gumilang 2019).

UMKM Mebel Aneka Jaya menghadapi permasalahan dari yang paling sederhana seperti belum memiliki struktur yang terorganisir untuk mengelola informasi dan data dengan efektif hingga permasalahan yang cukup rumit yakni terkait kurang klasifikasi terkait kebutuhan informasi UMKM Mebel Aneka Jaya mencakup aspek produksi, manajemen bahan baku, keuangan, penilaian karyawan, dan manajemen produk. Selain itu UMKM Mebel Aneka Jaya mengalami permasalahan berupa kurang mudahnya akses informasi untuk menunjang kinerja masing masing karyawan. Pada kenyataannya, ketika suatu perusahaan menerapkan sistem informasi yang terintegrasi, perusahaan dapat unggul dari para pesang. Dengan adanya sistem informasi yang terintegrasi, UMKM dapat mengotomatiskan banyak proses internal mereka seperti manajemen inventaris, pengelolaan stok, dan pemrosesan transaksi (Menengah Mujiburrahman & Firdaus, 2024)

Pada aspek pemasaran, strategi yang digunakan Mebel Aneka Jaya masih dilakukan tanpa melibatkan teknologi. Hal ini menimbulkan permasalahan berupa terhambatnya pengenalan produk ke pasar yang lebih luas, padahal produk yang dihasilkan telah *trendy* dan terkenal di kalangan masyarakat sekitar. Di era modern ini dimana efek dari globalisasi yang menyebabkan perkembangan teknologi dan komunikasi menjadi semakin canggih, menggunakan pemasaran *digital marketing* melalui media sosial menjadi pilihan utama yang dilakukan oleh para pelaku usaha (Kadek Novayanti Kusuma Dewi & Luh Putu Mahyuni, 2022)

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan upaya untuk meningkatkan pemahaman karyawan terkait *digital marketing* dan Sistem Informasi Manajemen. Hal ini dapat diwujudkan dengan adanya pelatihan dan pendampingan *digital marketing*. Pengabdian ini bertujuan untuk membantu Mebel Aneka Jaya dalam meningkatkan daya saing melalui penerapan *digital marketing* yang efektif. Diharapkan dengan pengabdian ini, Mebel Aneka Jaya dapat menjangkau target pasar yang lebih tepat dan peningkatkan penjualan dan keuntungan, meningkatkan keamanan akses informasi pada setiap tahapan bisnis, meningkatkan pemahaman karyawan terkait *digital marketing* dan sistem informasi manajemen. Di era sekarang ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut (NAIMAH et al. 2020).

Digital marketing merupakan alat yang penting bagi bisnis di era digital untuk menjangkau target *audience*, meningkatkan *brand awareness*, dan mendorong penjualan. Pemasaran digital (*digital marketing*) adalah pemasaran produk maupun jasa yang dilakukan dengan media digital, segala upaya untuk melakukan pemasaran suatu produk dan jasa melalui media internet. Pemasaran dalam internet marketing bukan hanya untuk meningkatkan penjualan, tapi juga termasuk promosi produk dan jasa baru, branding, dan membina hubungan dengan pelanggan untuk menjangkau sebanyak-banyaknya target *customer* secara efisien, personal dan relevan. (Suprayogi et al., 2023)

Pemasaran digital sebagai salah satu hasil dari era digital, telah merevolusi cara pelaku bisnis berinteraksi dengan konsumen. Platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi mobile, telah menjadi alat yang ampuh untuk memantau dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen secara lebih efektif dan efisien, Media sosial atau jejaring sosial menjadi platform yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Perkembangan teknologi informasi berkembang dengan pesat (Waqfin et al. 2021). Dengan berbagai keunggulan yang dimilikinya, *digital marketing* menjadi pilihan yang tepat bagi bisnis yang ingin berkembang dan mencapai kesuksesan di era digital. *Digital marketing* membutuhkan data dan informasi yang akurat untuk menargetkan *audience* yang tepat dan mengukur efektivitas promosi. Data dan informasi ini dapat diperoleh dari Sistem Informasi Manajemen. Cara untuk memasarkan produk agar dapat menjangkau lebih banyak audiens yaitu dengan digital marketing (Purbantina et al. 2022).

Sistem informasi manajemen merupakan dua sistem yang dirancang untuk membantu manajemen dalam pengambilan keputusan, perencanaan, pengendalian, dan pengorganisasian aktivitas perusahaan melalui pemanfaatan manusia, dokumen dan teknologi. SIM dapat memanfaatkan *digital marketing* untuk menyebarkan informasi kepada karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya. SIM menghasilkan informasi untuk memantau kinerja, memelihara koordinasi, dan menyediakan informasi untuk operasi organisasi umumnya. (Rohman et al., 2022)

METODE

Pengabdian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara dan survei. Metode ini dipilih untuk mendapatkan data yang relevan dan komprehensif tentang permasalahan yang dihadapi UMKM Mebel Aneka Jaya terkait pemasaran dan penyimpanan informasi.

Sebagai langkah awal, tim PKM melakukan survei dan wawancara kepada pemilik dan karyawan Mebel Aneka Jaya. Tujuannya adalah untuk menggali keseluruhan informasi mulai dari proses produksi, penyimpanan barang di gudang, hingga proses penjualan produk di perusahaan. Informasi ini sangat penting untuk memahami sistem dan proses bisnis yang diterapkan di Mebel Aneka Jaya, sehingga tim dapat mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi secara tepat.

Setelah mendapatkan data dari survei dan wawancara, tim PKM melakukan analisis data secara menyeluruh. Data tersebut dianalisis untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi Mebel Aneka Jaya dalam aspek pemasaran dan penyimpanan informasi. Hasil analisis data ini menjadi dasar bagi tim dalam merumuskan strategi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Untuk memberikan wawasan dan membuka pemikiran karyawan Mebel Aneka Jaya tentang pentingnya teknologi dalam menunjang bisnis, tim mengadakan sosialisasi dan *workshop*. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman karyawan tentang manfaat teknologi dan bagaimana teknologi dapat membantu meningkatkan kinerja perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis data dan diskusi dengan pihak Mebel Aneka Jaya, tim menentukan kebutuhan teknologi yang diperlukan untuk mendukung program pengabdian masyarakat. Kebutuhan teknologi ini meliputi perangkat keras dan perangkat lunak yang akan digunakan untuk menerapkan strategi yang telah dirumuskan.

Tim PKM kemudian memberikan pelatihan dan pendampingan kepada karyawan Mebel Aneka Jaya terkait penggunaan teknologi yang telah ditentukan. Pelatihan ini meliputi pembuatan

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

akun media sosial serta teknik *digital marketing*. Pendampingan dilakukan secara berkala untuk memastikan bahwa karyawan Mebel Aneka Jaya dapat menggunakan teknologi dengan efektif dan efisien.

Untuk memantau kemajuan program dan mengukur efektivitasnya, tim melakukan evaluasi secara berkala. Evaluasi ini dilakukan dengan wawancara dan observasi terhadap karyawan Mebel Aneka Jaya. Hasil evaluasi digunakan untuk menilai apakah program pengabdian masyarakat telah mencapai tujuannya dan untuk mengidentifikasi hal-hal yang perlu diperbaiki di masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh TIM Unikama pada tanggal 26 Agustus – 5 Desember 2023 di UMKM Mebel Aneka Jaya berhasil dilakukan sesuai dengan rancangan yang sebelumnya dilakukan, meskipun pelaksanaannya mengalami beberapa kendala seperti tidak mampunya karyawan untuk bertahan menghadapi perubahan terkait teknologi namun program ini nyatanya bisa diimplementasikan dan mendapatkan hasil yang memuaskan berupa peningkatan omzet penjualan dan keahlian karyawan dalam memasarkan produk hingga ke luar daerah operasi. Luaran yang dicapai dari program PKM adalah membuat akun sosial media untuk mitra, proses pengenalan pentingnya *digital marketing* menjadi langkah awal yang diperkenalkan kepada karyawan, *digital marketing* mungkin terlihat sederhana namun sebenarnya cukup rumit, jadi tim pkm secara berkala melakukan pelatihan dan pendampingan dalam mengimplementasikan program ini.



Gambar 1.
Pelatihan *Digital Marketing*

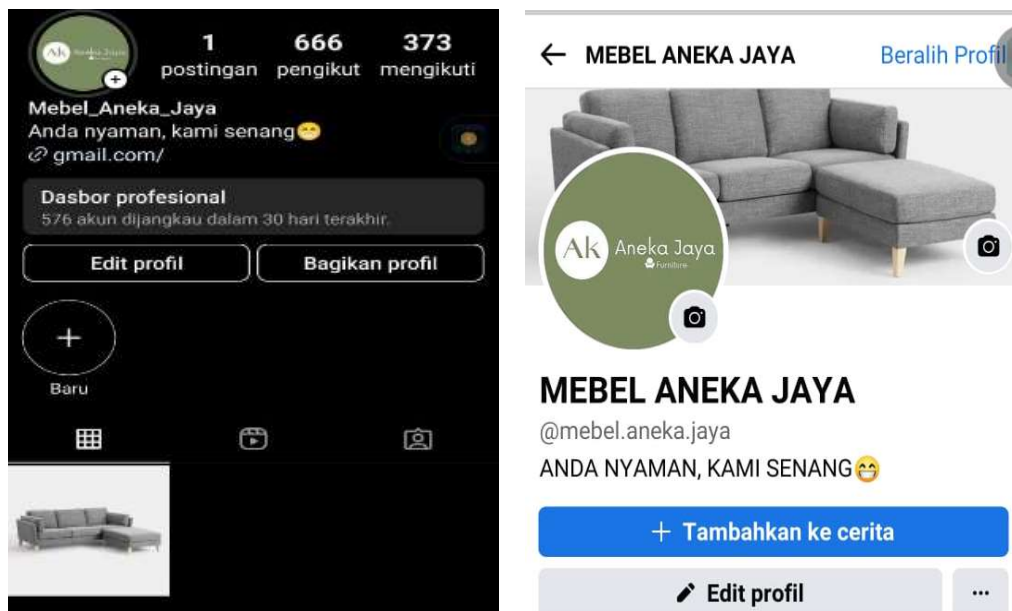


Gambar 2.
Tim PKM rapat penyusunan strategi *Digital Marketing*

Permasalahan terkait struktur yang belum terorganisir sudah diatasi dengan pembentukan struktur organisasi yang lebih terarah, hal ini diharapkan agar pembagian kerja lebih efektif dan pengoptimalan program terlaksana dengan risiko minimal. Adapun program untuk mengoptimalkan sistem informasi manajemen adalah penerapan digital marketing.

Digital marketing yang diterapkan pada mitra cukup sederhana yakni dengan membuat akun sosial media, proses registasi akun dan autentikasi yang bersifat privasi mengajarkan bahwa penggunaan teknologi tidak boleh diabaikan, terkadang teknologi dapat membahayakan apabila penggunaanya lalai dalam menjaga informasi pribadi dalam akun tersebut. Dengan adanya pelatihan dan pembuatan akun sosial media ini tentu tidak hanya berhenti disitu, mitra diajari bagaimana media sosial itu bekerja. Mitra dapat mengetahui seberapa banyak *audience* yang menjangkau informasi produk yang telah diposting.

Digital marketing adalah strategi pemasaran yang memanfaatkan platform online untuk menjangkau dan menarik pelanggan. Dalam praktiknya, digital marketing menekankan tiga fokus utama yang saling terkait. Fokus pertama adalah mendatangkan traffic atau pengunjung ke website atau toko online. Hal ini dapat dicapai melalui berbagai strategi yakni memanfaatkan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business untuk mempromosikan produk atau layanan kepada target *audience* dan adanya pelatihan ini, facebook menjadi salah satu platform yang banyak membawa pelanggan baru karena target pasar adalah bapak bapak atau anak muda yang membutuhkan produk mebel.



Gambar 4.
Pembuatan akun facebook dan akun instagram

Dalam pelaksanaan pelatihan dan pendampingan diperoleh informasi berdasarkan wawancara berikut:

Tabel 1.
Wawancara

No	Nama	Apakah terdapat kesulitan menggunakan sosial media?	Apa kesulitan dari penggunaan media sosial sebelumnya?	Tanggapan Terhadap Pelatihan
1	Tono	Ya	Ya, Sulit paham proses masuk ke aplikasi seperti instagram & tokopedia apalagi kalo ada jual beli online, takutnya kena tipu.	Pelatihan yang disampaikan tim sudah jelas, tim menyampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami dan menggunakan perumpamaan nyata yang membantu saya memahami kalo teknologi itu penting dan asalkan kita tidak menyalahgunakannya untuk hal negatif inshaallah data datanya aman.
2	Udin	Ya	Ya, terlalu ribet	Belajar teknologi itu mudah, saya jadi tahu ternyata di dalam hp itu ga cuma buat WA an saja, dari hp itu kita bisa dapet ilmu baru.
3	Mamat	Tidak	Sejauh ini tidak karena setiap hari saya menggunakan media sosial	Saya udah biasa pake sosmed, tapi baru tau kalo <i>digital marketing</i> itu sangat bermanfaat bagi bisnis.
4	Yogi	Tidak	Tidak sulit asalkan kita <i>up to date</i>	Ternyata <i>digital marketing</i> tidak hanya tentang memosting produk lalu proses selesai, kita harus membuat caption menarik agar pelanggan kepo
5	Wahyu	Ya	Sepertinya bakalan sulit memahami apa minat dan kebutuhan pelanggan apabila hanya dijangkau lewat sosial media	Dari pelatihan ini saya dapat ilmu baru gimana caranya biar postingan yang kita <i>upload</i> tepat sasaran, kita harus tau target pasar dan rajin membalas komentar/ pesan yang diajukan pelanggan sehingga ada timbal balik yang baik.
6	Rizky	Tidak	Pake sosial media itu sangat mudah, yang sulit ya hanya pinter bagi waktu aja karna kalo udah kecanduan hp an/ laptop an kerjaan bakal amburadul	Sekarang, banyak perusahaan yang cari karyawan yang jago digital marketing. Nah, kalau saya punya skill ini, peluang buat naik jabatan dan gaji makin besar bisa saya capai

Berdasarkan hasil wawancara, implementasi digital marketing membawa dampak signifikan bagi perusahaan, terutama dalam hal optimalisasi penjualan, pemetaan target pasar, dan pengembangan strategi baru untuk menarik pelanggan. Semua ini dapat dilakukan dengan mudah melalui perangkat mobile seperti handphone.

1. Optimasi Penjualan

Digital marketing memungkinkan UMKM Mebel Aneka Jaya untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan peluang konversi leads menjadi pelanggan.

2. Pemetaan Target Pasar yang Tepat

Digital marketing menyediakan berbagai tools dan platform yang memungkinkan perusahaan untuk menganalisis perilaku dan preferensi konsumen. Data yang diperoleh dari media sosial dapat digunakan untuk memahami target pasar dengan lebih baik. Pemetaan target pasar yang tepat memungkinkan UMKM Mebel Aneka Jaya untuk merumuskan strategi marketing yang lebih terarah dan efektif.

3. Pengembangan Strategi Baru untuk Menarik Perhatian Pelanggan

Dunia digital menawarkan berbagai peluang untuk berkreasi dan berinovasi dalam menarik perhatian pelanggan. Platform digital seperti media sosial dan video streaming memungkinkan UMKM Mebel Aneka Jaya untuk membuat konten yang menarik dan interaktif. Konten yang tepat dapat membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan meningkatkan brand loyalty.

4. Peningkatan Akurasi Pengambilan Keputusan

Penjualan online yang meningkat dan data penjualan yang terorganisir dalam aplikasi memungkinkan UMKM Mebel Aneka Jaya untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat dan *real-time*. Data ini dapat digunakan untuk menganalisis tren pasar, mengukur efektivitas strategi marketing, dan membuat keputusan bisnis yang lebih tepat.

KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh TIM Unikama di UMKM Mebel Aneka Jaya telah berhasil meningkatkan pemahaman karyawan mengenai digital marketing dan Sistem Informasi Manajemen (SIM). Program ini berhasil mengatasi beberapa tantangan utama, seperti kurangnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran dan pengelolaan informasi. Hasil nyata dari program ini termasuk peningkatan omzet penjualan dan peningkatan keahlian karyawan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk hingga ke luar daerah.

Untuk meningkatkan kinerja bisnis, pelatihan digital marketing dan pengelolaan data perlu terus ditingkatkan. Karyawan harus menguasai strategi pemasaran digital yang lebih kompleks dan mampu memanfaatkan data secara optimal. Dengan memperkuat kompetensi digital karyawan melalui pelatihan yang berkelanjutan dan memanfaatkan teknologi informasi yang tepat, UMKM Mebel Aneka Jaya dapat meningkatkan efektivitas pemasaran, mengoptimalkan pengelolaan data, serta memperkuat manajemen keuangan. Hal ini akan berdampak positif pada pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami tim pengabdian masyarakat dari Universitas PGRI Kanjuruhan Malang mengucapkan terimakasih kepada pemilik dan para karyawan UMKM Mebel Aneka Jaya atas kesediaan dan kerjasamanya dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Kami juga menyampaikan terimakasih kepada civitas akademika Universitas PGRI Kanjuruhan Malang yang telah mendukung keberhasilan program pengabdian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Kadek Novayanti Kusuma Dewi, & Luh Putu Mahyuni. (2022). Pelatihan Digital Marketing Kepada UMKM di Banjar Pitik untuk Daya Saing Usaha. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 716–724. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i3.6302>
- Menengah Mujiburrahman, D., & Firdaus, R. (2024). *JICN: Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Manajemen Pada Usaha Mikro Kecil*. 1(3). <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Naimah, Rahmatul Jannatin, Muhammad Wahyu Wardana, Rudi Haryanto, and Agus Febrianto. (2020). “Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM.” *Jurnal IMPACT: Implementation and Action* 2(2): 39.
- Purbantina, Adiasri Putri, Dinar Respati Prameswari, Indah Mewanty Ayunique, and Moch. Ghofur Firmansyah. (2022). “Penerapan Digital Marketing & Mix Marketing Strategy Untuk Perluasan Pasar Dan Peningkatan Daya Saing Umkm.” *Jabn* 3(1): 58–67.
- Ratna Gumilang, Risa. (2019). “Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri.” *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 10(1): 9–14.
- Rohman, A., Indra Pratama, F., & Tengah, M. X. (2022). *Sistem Informasi Manajemen Keuangan pada Herosoftmedia Berbasis Web (Vol. 4, Issue 1)*.
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92–96. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7809>
- Suprayogi, B., Lesmana, B., Novita, D., & Sumarni, T. (2023). Implementasi OOP dalam Digital Marketing Rumah Kaktus Bandung. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 122–127. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12324>
- Syafii, Muhammad, and Nugroho Eko Budiyo. (2022). “Penerapan Digital Marketing Dengan Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning).” *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak* 4(1): 66.
- Waqfin, Mohammad Saat Ibnu et al. (2021). “Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada UMKM Di Desa Kepuhdoko Jombang.” *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(3): 155–59.