

Penerapan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Promosi Produk Dan Jasa UMKM Pat Penganten Padang Panjang

M Varhan¹, Novi Oktaviara², Rahmi Rahmadani³, Dandi Eka Saputra⁴, Amanda Agustria Fatri⁵, Marta Widian Sari⁶

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: M Varhan

E-mail: mvarhan262001@gmail.com

Abstrak

Tujuan pengabdian ini adalah memberikan Pemahaman dan pengetahuan pemilik mengenai penerapan strategi pengembangan kemampuan tenaga kerja dalam meningkatkan promosi produk dan jasa serta pendapatan. dalam pengabdian ini kami menggunakan analisis secara detail dengan Teknik pengumpulan data, observasi dan wawancara. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa Pat Penganten mengalami penurunan penjualan dan tidak adanya terobosan baru dalam promosi penjualan. Untuk itu kami memberikan inovasi baru dalam menerapkan dan meningkatkan promosi produk dan jasa melalui digital marketing agar lebih maju, banyak diminati oleh masyarakat. Dengan adanya pengabdian ini diharapkan bisa memperoleh pengalaman praktis di dunia usaha serta dapat melakukan pengkajian terhadap penerapan digital marketing untuk dimasa yang akan mendatang.

Kata kunci: Digital Marketing, Inovasi, Promosi, Strategi

Abstract

The purpose of this service is to provide understanding and knowledge of the owner regarding the implementation of workforce capability development strategies in increasing the promotion of products and services and income. in this service we use detailed analysis with data collection techniques, observation and interviews. The results of the activity showed that Pat Penganten experienced a decrease in sales and there was no new breakthrough in sales promotion. For this reason, we provide new innovations in implementing and improving the promotion of products and services through digital marketing so that they are more advanced, in great demand by the public. With this dedication, it is hoped that you will be able to gain practical experience in the business world and be able to conduct studies on the application of digital marketing for the future.

Keywords: Digital Marketing, Innovation, Promotion, Strategy

PENDAHULUAN

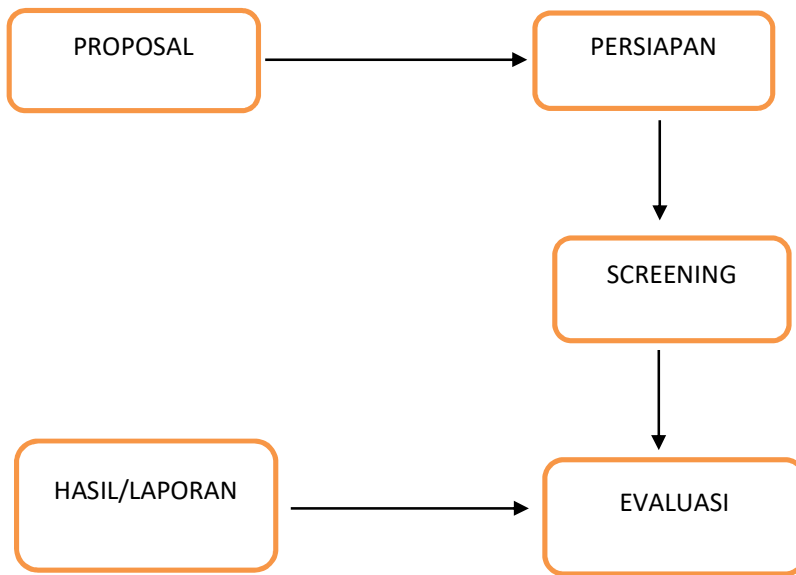
Digital marketing merupakan suatu bentuk kegiatan yang dijalankan oleh bagian pemasaran, baik pemasaran dalam perusahaan maupun individu dengan tujuan untuk memasarkan suatu produk atau merek yang akan dijual, baik produk dalam bentuk barang maupun produk yang berbentuk jasa. Menurut Heidrick & Struggles (2009) Digital marketing menggunakan perkembangan dunia digital untuk melakukan periklanan yang tidak dilakukan secara langsung akan tetapi memiliki efek yang sangat berpengaruh. Digital marketing merupakan pemasaran yang memanfaatkan teknologi informasi digital seperti menggunakan media elektronik ataupun media yang berbasis internet. Digital marketing berbasis elektronik biasanya dapat dilakukan melalui iklan di televisi dan juga di radio, untuk Digital marketing yang berbasis pada media internet biasanya dilakukan melalui e-commerce, sosial media dan juga melalui website. Dengan adanya dan semakin berkembangnya digital marketing dapat membantu suatu usaha untuk memperluas jangkauan pasarnya karena dengan adanya digital marketing dapat memberikan peluang suatu usaha untuk mendapatkan konsumen dengan jumlah yang lebih besar, hal tersebut dikarenakan oleh adanya kebebasan waktu bagi konsumen untuk mengeksplor atau mengetahui lebih dapat mengenai suatu produk tanpa adanya batas waktu. Selain memperluas jangkauan konsumen, digital marketing juga memberikan kemudahan akses informasi bagi konsumen sehingga konsumen dapat dengan leluasa mengakses informasi mengenai produk suatu perusahaan yang sudah dipasarkan melalui media digital atau elektronik. (Puteri & Nusantara, 2009).

Wedding Organizer adalah layanan yang memberikan layanan khusus Secara pribadi untuk tujuan membantu pengantin dan keluarga mereka Pengantin mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan. pernikahan Penyelenggara memberikan informasi tentang berbagai topik Membantu merumuskan segala sesuatu yang dibutuhkan di pesta pernikahan Pada saat pernikahan. Wedding Organizer memberikan solusi mulai dari make up, Dekorasi, persiapan pernikahan, gedung, catering, dan semua yang Anda butuhkan Selama pernikahan (Business, 2021).

Pat Penganten merupakan usaha yang bergerak dibidang produk dan jasa acara pesta pernikahan atau event lainnya maka dari itu untuk menerapkan Digital Marketing untuk meningkatkan promosi produk dan jasa Umkm Pat Penganten Padang Panjang dan juga pendapatan bagi usaha ini yaitu dengan cara promosi melalui media sosial. Kami memilih objek ini karena ingin memberikan inovasi baru untuk menerapkan dan meningkatkan promosi produk dan jasa melalui digital marketing agar lebih maju, banyak diminati oleh masyarakat. Dengan adanya Praktek Kerja Lapangan ini mahasiswa diharapkan bisa memperoleh pengalaman praktis di dunia usaha serta dapat melakukan pengkajian terhadap penerapan keilmuan dan teori yang diperoleh selama belajar di perguruan tinggi. Dengan demikian, pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini menjadi jembatan antara dunia usaha dengan dunia kerja. Fokus dalam penelitian ini yaitu memberikan strategi pengembangan kemampuan kerja dalam meningkatkan promosi produk dan jasa serta meningkatkan pendapatan pada Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

METODE

Lokasi tempat pelaksanaan PKL ini yaitu Pat Penganten yang terletak di Jln perintis kemerdekaan ,belakang smp1 ,balai balai, padang panjang barat, padang, Sumatra barat. Dimana kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 17 Juni sampai 17 Juli 2023. Pada kegiatan ini berlangsung beberapa tahapan kegiatan seperti pada gambar 1 dibawah ini



Gambar 1.
Tahapan Kegiatan Pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap pertama dari kegiatan ini adalah tim pkl melakukan diskusi terkait penentuan objek atau tempat pelaksanaan kegiatan, tim PKL menyimpulkan akan memilih Pat Penganten sebagai objek yang terletak di Jln perintis kemerdekaan ,belakang smp1 ,balai balai, padang panjang barat, padang, Sumatra barat.. melalui diskusi dan koordinasi terhadap pengelola kami memilih jadwal perdana ke lokasi yaitu tanggal 17 Juni 2023



Gambar 2.
Diskusi untuk strategi pemasaran

Tahap kedua adalah persiapan apa saja yang akan dibahas dan strategi apa yang cocok dalam komunikasi dan pelaksanaan saat covid 19 sampai sekarang. Maka dari itu tim memutuskan akan menggunakan strategi digital marketing untuk memperluas pangsa pasar dan menjalankan komunikasi kepada pelanggan.

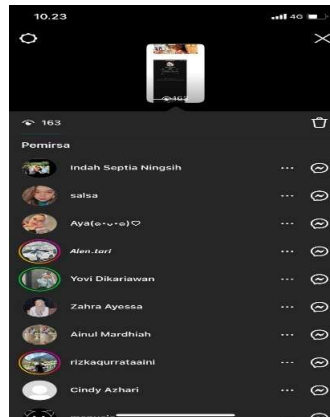
This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license



Gambar 3.

Tim pkl melakukan diskusi kepada owner

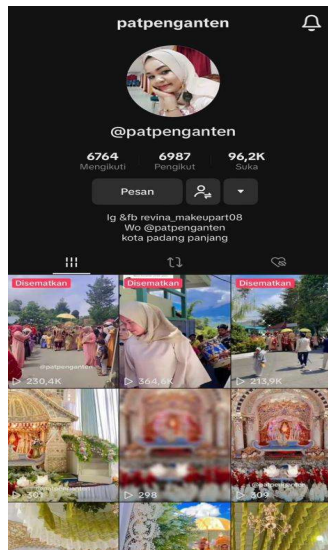
Tahap ketiga adalah tim PKL menuju ke lokasi objek penelitian. Setelah sampai diobjek penelitian. Tim mencari owner dari Pat penganten dan melakukan diskusi terkait pemasaran yang akan dilakukan dalam menjalankan bisnis tersebut . dalam hal ini owner sepakat akan menggunakan digital marketing melalui media social yaitu tiktok. Tiktok sangatlah populer pada saat ini karena rata – rata 80% masyarakat menggunakan aplikasi tiktok untuk mengetahui informasi sekaligus hiburan diwaktu senggang.



Gambar 4.

Pembuatan akun tiktok dan promosi melalui Instagram

Tahap selanjutnya yaitu tim PKL membuat akun tiktok sebagai media komunikasi penghubung antara owner dan pelanggan.diharapkan Tiktok dapat memajukan peningkatan usaha Pat Penganten, tim juga melakukan promosi awal di Instagram sebagai Langkah awal untuk memperbanyak pengikut di akun tiktok Pat penganten. Setelah melakukan promosi tim juga membuat vid unik untuk menarik pelanggan agar melihat dan berkunjung secara langsung di Pat Penganten.



Gambar 5.

Peningkatan pengikut akun Pat Penganten

Tahap akhir adalah adanya peningkatan yang sangat signifikan terhadap pengikut akun tiktok Pat Penganten ini. Tim dan owner menyimpulkan bahwasannya melalui digital marketing bisa membawa dampak positif terhadap kenaikan penjualan dan minat dalam daya beli masyarakat dalam menggunakan jasa Pat penganten.



Gambar 6.

Hasil Penggunaan Digital Marketing

Dari bagan diatas dapat disimpulkan bahwa peranan digital marketing sangatlah penting dalam meningkatkan penjualan.dari sini kita lihat bahwasannya media tiktok dengan promosi yang unik dapat memajukan daya minat beli dan mendapatkan keuntungan yang signifikan. Dari data minggu pertama bahwa di Pat Penganten minat beli yang rendah.setelah melakukan promosi peningkatan penjualan pat penganten sangatlah naik drastis.

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

KESIMPULAN

Berdasarkan Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang sudah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa usaha PAT PENGANTEN ini dapat memperluas pemasaran dengan menggunakan digital marketing melalui aplikasi Tiktok yang baik pada masa saat ini dan kedepannya untuk menjangkau lebih luas dalam meningkatkan pendapatan dan meningkatkan pembelian dengan mempromosikan usaha melalui aplikasi Tiktok. Dengan diadakannya pnenelitian ini, diharapkan usaha PAT PENGANTEN dapat berkembang dengan baik dan memiliki ruang lingkup yang luas dikenal masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada owner Pat Penganten yang telah bersedia untuk menerima kami dalam Praktek Kerja Lapangan dan membantu kami dalam penyelesaian Praktek ini. terima kasih kepada teman - teman yang telah membantu dalam proses Praktek Kerja Lapangan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Business, D. W. (2021). *Artikel Perencanaan Bisnis Jasa Wedding Organizer Menggunakan Pemasaran Instagram*.
- Firdaus, M. S. (2020). Analisis Penerapan Strategi Pemasaran 4p Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada Ud Kelapa Daren (Doctoral Dissertation, IAIN KUDUS).
- Puteri, V. P., & Nusantara, U. M. (2009). *Peran Digital Marketing.., Vincentcia Pingkan Puteri, Universitas Multimedia Nusantara*. 1–11.
- Sari, S. P. (2020). Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 291-300.