

Pelaksanaan Promosi Digital Menggunakan Media Blog Pada UMKM di Kelurahan Sumurwelut Kecamatan Lakarsantri Kota Surabaya

Madona Diadora

Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jawa Timur

Email : madonadiadora@gmail.com

Jojok Dwirido Tjahjono

Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jawa Timur

Email : dwiridotjahjono.jojok@upnjatim.ac.id

Jl. Raya Rungkut Madya Gunung Anyar, Kota Surabaya, Jawa Timur
Korespondensi penulis: madonadiadora@gmail.com

Abstract: *The implementation aims to investigate and analyze the application of digital promotion using blog media for UMKM in Sumurwelut Village, Lakarsantri District, Surabaya City. Through a qualitative approach and case study design, this study explores the extent to which UMKM in the village use blogs as a digital promotion tool. The results indicate that UMKM have generally adopted digital promotion strategies through blogs with content involving product descriptions, customer reviews, special offers, and industry-related articles. UMKM that are active in creating high-quality content through blogs experience a significant increase in visibility and sales. Supporting factors include a good understanding of the blog platform, the involvement of UMKM owners, and creativity in presenting content. Technical obstacles, and lack of understanding of the benefits of digital promotion are the main obstacles. The positive response from consumers to digital promotion through blogs shows increased trust, and a tendency to interact further. These findings provide deep insights into the effectiveness of digital promotion in UMKM and refer to recommendations for the development of better digital promotion strategies, including increasing UMKM' understanding of the potential of digital promotion and optimizing interaction with consumers through blog platforms. It is expected that this internship will make a significant contribution to stakeholders, including UMKM, local governments, and UMKM supporting institutions, in supporting UMKM business growth in the digital era.*

Keywords: *UMKM, Blog, digital promotion*

Abstrak: Pelaksanaan bertujuan untuk menyelidiki dan menganalisis penerapan promosi digital menggunakan media blog pada UMKM di Kelurahan Sumurwelut, Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya. Melalui pendekatan kualitatif dan desain studi kasus, penelitian ini mengeksplorasi sejauh mana UMKM di kelurahan tersebut memanfaatkan blog sebagai alat promosi digital. Hasilnya mengindikasikan bahwa UMKM umumnya telah mengadopsi strategi promosi digital melalui blog dengan konten yang melibatkan deskripsi produk, ulasan pelanggan, penawaran khusus, dan artikel terkait industri. UMKM yang aktif dalam menciptakan konten berkualitas tinggi melalui blog mengalami peningkatan visibilitas dan penjualan yang signifikan. Faktor pendukung termasuk pemahaman yang baik tentang platform blog, keterlibatan pemilik UMKM, dan kreativitas dalam menyajikan konten. Kendala teknis, dan minimnya pemahaman tentang manfaat promosi digital menjadi hambatan utama. Respons positif dari konsumen terhadap promosi digital melalui blog menunjukkan peningkatan kepercayaan, dan kecenderungan untuk berinteraksi lebih lanjut. Temuan ini memberikan wawasan mendalam tentang efektivitas promosi digital pada UMKM dan merujuk pada rekomendasi untuk pengembangan strategi promosi digital yang lebih baik, termasuk peningkatan pemahaman UMKM tentang potensi promosi digital dan optimalisasi interaksi dengan konsumen melalui platform blog. Diharapkan magang ini memberikan kontribusi signifikan bagi pemangku kepentingan, termasuk UMKM, pemerintah daerah, dan lembaga pendukung UMKM, dalam mendukung pertumbuhan bisnis UMKM di era digital.

Kata Kunci: UMKM, blog, promosi digital

PENDAHULUAN

Dalam konteks ekonomi Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan pemerataan ekonomi di berbagai daerah. Sebagai kontributor utama, UMKM sering dihadapkan pada berbagai tantangan, termasuk dalam hal pemasaran dan promosi produk atau layanan yang mereka tawarkan. Dalam era digitalisasi seperti saat ini, promosi digital muncul sebagai solusi potensial untuk membantu UMKM mengatasi kendala tersebut.

Pentingnya peran UMKM dalam perekonomian nasional mengharuskan adanya upaya maksimal dalam mendukung dan meningkatkan daya saing mereka. Promosi digital menjadi aspek krusial dalam pengembangan UMKM, karena memberikan akses lebih luas kepada pelanggan potensial, meningkatkan visibilitas produk, dan mendukung proses penjualan secara efisien. Dalam situasi di mana teknologi informasi semakin mer permeasi setiap aspek kehidupan, penerapan promosi digital diharapkan dapat memberikan dampak positif pada pertumbuhan UMKM.

Kelurahan Sumurwelut, yang terletak di Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya, dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki potensi UMKM yang signifikan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pelaksanaan promosi digital pada UMKM di wilayah tersebut. Dengan memahami tantangan dan peluang yang dihadapi oleh UMKM Sumurwelut, penelitian ini diarahkan untuk memberikan kontribusi dalam merumuskan strategi promosi digital yang relevan dan efektif.

Melalui pemahaman yang mendalam tentang pelaksanaan promosi digital di Kelurahan Sumurwelut, bukan hanya UMKM setempat yang akan mendapatkan manfaat, tetapi juga pemangku kepentingan lainnya, seperti pemerintah daerah, lembaga pendukung UMKM, dan peneliti lainnya. Dengan demikian, penelitian ini memiliki signifikansi yang relevan dalam mendukung pertumbuhan dan daya saing UMKM di tingkat lokal, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi positif bagi perekonomian secara keseluruhan.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan ini dilakukan di Kelurahan Sumurwelut mulai tanggal 14 Agustus hingga 31 Desember 2023 dengan fokus pada pelaksanaan promosi digital menggunakan media blog untuk dua UMKM, yaitu Healthy Tasty Food (HTF) dan Kebon Alam Ecoprint. Pendekatan pelaksanaan promosi dilakukan secara tatap muka dan bertahap dengan pemilik UMKM untuk memastikan pemahaman dan implementasi yang efektif. Proses dimulai dengan wawancara mendalam terhadap pemilik UMKM, mencakup identifikasi nama usaha, durasi berdirinya, alamat, dan produk yang dijual, serta strategi pemasaran yang telah dilakukan. Pertanyaan khusus juga diajukan untuk menilai sejauh mana pemilik UMKM telah menggunakan promosi digital sebelumnya. Setelah tahap wawancara, dilakukan pengenalan konsep blog kepada pemilik UMKM. Penekanan diberikan pada manfaat penggunaan blog sebagai media promosi, termasuk fleksibilitas konten, interaksi langsung dengan konsumen, dan peningkatan keberadaan online. Sosialisasi ini bertujuan untuk membangun pemahaman yang kokoh tentang keunggulan blog sebagai alat pemasaran. Selanjutnya, dilaksanakan workshop pembuatan blog secara praktis. Setiap pemilik UMKM dibimbing langkah demi langkah untuk membuat blog mereka sendiri. Pentingnya sosialisasi ini adalah untuk memberikan keterampilan praktis kepada pemilik UMKM agar mampu secara mandiri mempromosikan produk melalui blog. Tahap terakhir melibatkan pendampingan bertahap dalam melakukan promosi melalui blog. Pemilik UMKM diberikan panduan langkah-langkah promosi yang efektif dan didorong untuk secara aktif mempromosikan produk mereka di blog. Pendampingan ini dirancang untuk meningkatkan kesadaran dan keterampilan pemilik UMKM dalam mengelola blog serta secara konsisten melibatkan konsumen potensial. Melalui pendekatan ini, diharapkan UMKM dapat memanfaatkan potensi penuh promosi digital melalui blog untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka, sesuai dengan konteks Kelurahan Sumurwelut, Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya.

Menurut Yuni Tresnawati dan Kurniawan Prasetyo (2018) kegiatan promosi adalah salah satu hal terpenting dalam menjalankan sebuah bisnis untuk memasarkan produk/jasa. Sejalan dengan berkembangnya teknologi yang ada saat ini, strategi dalam melakukan pemasaran pun juga mulai berubah ke arah yang lebih modern, yaitu dengan teknologi internet, atau yang kemudian dikenal dengan istilah digital marketing.

Beragam jenis media sosial dan karakteristiknya dapat menjadi alternatif untuk melakukan promosi digital bisnis kuliner. Banyaknya kemudahan dan fungsi dalam penggunaan media digital, telah mendorong banyak pengusaha dalam bidang usaha kuliner untuk ikut serta dalam memanfaatkan fasilitas media digital sebagai sarana promosi produk-produknya.

Promosi digital melalui blog telah menjadi pilihan yang semakin populer dan relevan untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa blog memberikan platform yang efektif dalam memperkenalkan dan memasarkan produk atau layanan, khususnya bagi UMKM. Adapun alasan utama penggunaan blog sebagai media promosi UMKM di Kelurahan Sumurwelut, Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya, dapat diuraikan sebagai berikut:

Pertama, blog memberikan fleksibilitas dalam konten promosi. UMKM memiliki kebebasan untuk menyajikan informasi secara mendalam tentang produk atau layanan mereka. Melalui blog, pemilik UMKM dapat mengungkapkan cerita di balik produk, keunggulan, dan nilai tambah yang mungkin tidak tersampaikan melalui saluran promosi konvensional.

Kedua, blog memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen. Dengan adanya fitur komentar dan umpan balik, UMKM dapat berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan potensial. Hal ini memungkinkan UMKM untuk merespons pertanyaan, memberikan penjelasan tambahan, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen.

Ketiga, blog dapat meningkatkan keberadaan online UMKM. Search Engine Optimization (SEO) memainkan peran penting dalam meningkatkan visibilitas online. Dengan rutin mempublikasikan konten yang relevan dan bermanfaat, blog dapat membantu UMKM meningkatkan peringkat mereka di hasil mesin pencari, membuatnya lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan yang mencari produk atau layanan sejenis.

Keempat, blog memberikan ruang untuk storytelling. Cerita atau narasi dapat menjadi daya tarik kuat dalam mempromosikan produk. Dengan merinci perjalanan UMKM, proses pembuatan produk, atau pengalaman pelanggan, blog dapat membentuk citra merek yang lebih positif dan membangun kepercayaan pelanggan.

Kelima, blog memiliki biaya yang relatif rendah dibandingkan dengan media promosi tradisional. UMKM dengan anggaran terbatas dapat memanfaatkan blog sebagai alat promosi yang efektif tanpa memerlukan investasi besar. Dengan menyediakan konten yang berkualitas, UMKM dapat memperoleh manfaat jangka panjang dari upaya promosi mereka.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor di atas, pelaksanaan ini akan mengeksplorasi implementasi promosi digital melalui blog untuk UMKM di Kelurahan Sumurwelut dan menganalisis dampaknya terhadap peningkatan penjualan dan visibilitas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program promosi digital ini dijadwalkan secara fleksibel, disesuaikan dengan waktu luang yang dimiliki oleh pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Meskipun tidak terjadwal dengan rapi, namun setiap pemilik UMKM dengan tekun menjalani seluruh tahapan yang telah disiapkan. Tahap awal, yaitu wawancara, dilakukan di rumah masing-masing pemilik UMKM, mengingat bisnis mereka berlokasi di rumah. Pada tahap ini, tidak ditemui hambatan berarti, bahkan pemilik UMKM menyambut baik inisiatif untuk membantu mereka dalam mengadopsi promosi digital.

Pada tahap kedua, yang melibatkan pengenalan blog kepada pemilik UMKM, meskipun konsep blog masih asing bagi mereka, namun mereka mampu memahaminya dengan cepat. Kelebihan blog yang sederhana dan mudah diakses membuat tahap ini berjalan dengan lancar. Seperti tahap sebelumnya, pengenalan blog dilakukan sendiri sendiri bersama pemilik UMKM, dimanfaatkan ketika mereka memiliki waktu luang.

Tahapan berikutnya workshop pembuatan blog. Untuk tahap ini, penelitian didukung oleh seorang ahli dalam pembuatan blog sebagai media promosi. Pendekatan metode melibatkan penjelasan mendalam dan praktik langsung tentang cara membuat dan mengelola blog. Dengan bantuan ahli, diharapkan pemilik UMKM dapat memahami dan menguasai langkah-langkah pembuatan blog dengan lebih efisien. Dengan memahami fitur-fitur yang ada di blog dan mengisi satu-satu fitur yang ada di blog, antara lain:

1. Tata Letak yang Menarik:

Blog memungkinkan penggunaan tata letak yang menarik dan responsif. Hal ini membantu UMKM untuk menyajikan informasi produk dengan cara yang menarik perhatian dan memudahkan navigasi bagi pengunjung.

2. Kategori dan Tagging:

Pemilihan kategori dan penggunaan tagging memudahkan pengunjung blog untuk menemukan informasi yang spesifik. Pemilik UMKM dapat mengkategorikan produk atau posting berdasarkan jenis, kategori, atau tema tertentu.

3. Komentar dan Umpan Balik:

Fitur ini memungkinkan interaksi langsung antara pemilik UMKM dan konsumen. Komentar dan umpan balik memberikan kesempatan untuk merespons pertanyaan, memberikan klarifikasi, atau bahkan menerima saran dari konsumen.

4. Galeri Foto dan Video:

Penggunaan galeri foto dan video dapat memberikan visualisasi yang lebih baik tentang produk atau proses produksi. Ini membantu dalam memberikan pengalaman yang lebih mendalam kepada calon konsumen.

5. Optimasi SEO:

Fitur ini sangat penting untuk meningkatkan visibilitas blog di mesin pencari. UMKM dapat menggunakan teknik-teknik optimasi SEO untuk meningkatkan peringkat blog mereka, sehingga lebih mudah ditemukan oleh calon konsumen.

6. Formulir Kontak:

Menyediakan formulir kontak memudahkan konsumen untuk menghubungi pemilik UMKM secara langsung. Hal ini dapat meningkatkan interaksi dan memfasilitasi proses pemesanan atau konsultasi.

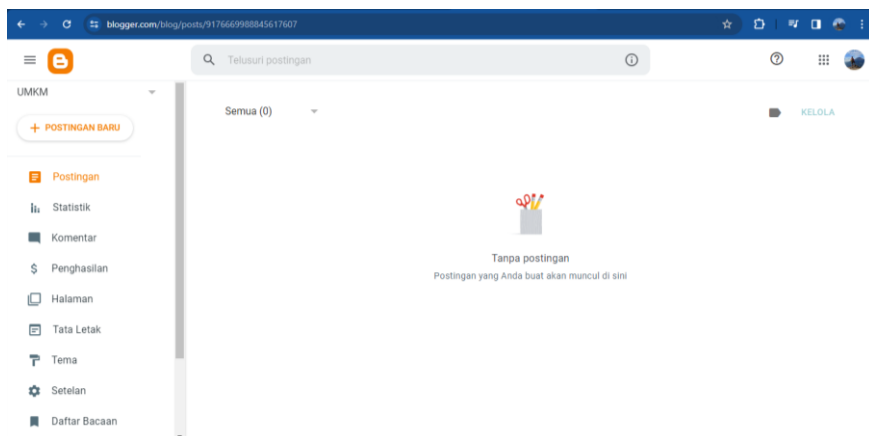
7. Sosial Media Integration:

Integrasi dengan platform media sosial memungkinkan pemilik UMKM untuk lebih luas menjangkau audiensnya. Posting blog dapat secara otomatis dibagikan di berbagai platform sosial untuk meningkatkan eksposur.

8. Analisis Statistik:

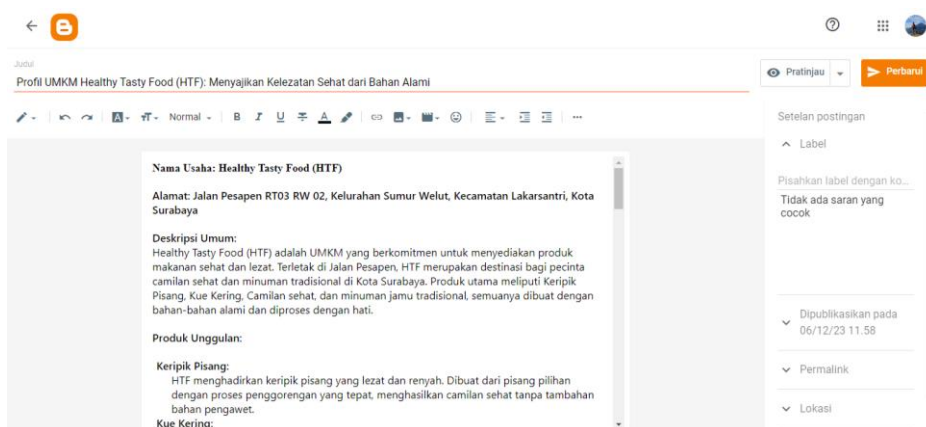
Fitur ini memungkinkan pemantauan kinerja blog. Dengan menganalisis statistik kunjungan, pemilik UMKM dapat memahami tren, sumber lalu lintas, dan keberhasilan strategi promosi digital mereka.

PELAKSANAAN PROMOSI DIGITAL MENGGUNAKAN MEDIA BLOG PADA UMKM DI KELURAHAN SUMURWELUT KECAMATAN LAKARSANTRI KOTA SURABAYA



Gambar 1. Halaman Awal dalam Pembuatan Blog

Melalui penerapan fitur-fitur ini, akan memudahkan UMKM di Kelurahan Sumurwelut memaksimalkan potensi blog sebagai alat promosi digital yang efektif. Keberhasilan implementasi fitur-fitur tersebut akan menjadi fokus utama analisis dalam penelitian ini.



Gambar 2. Draft Pembuatan Blog



Gambar 3. Hasil Akhir dari Blog

Gambar diperlihatkan hasil dari blog yang dibuat oleh pemilik UMKM. Blog yang dihasilkan menjadi sarana utama dalam pelaksanaan promosi digital. Keunggulan utama blog ini terletak pada kemampuannya untuk tetap dapat diedit, memungkinkan penyesuaian narasi, serta penambahan atau perubahan fitur-fitur yang diperlukan. Kemampuan untuk terus mengedit blog memberikan fleksibilitas kepada pemilik UMKM, terutama jika terdapat perubahan dalam narasi promosi atau penambahan fitur yang mendukung efektivitas promosi digital.

Blog ini dirancang agar pemilik UMKM dapat secara mandiri membuat dan mengelola blog mereka sendiri di masa depan. Melalui postingan blog yang terfokus pada setiap produk, diharapkan konsumen dapat memperoleh informasi yang lengkap dan detail, meningkatkan ketertarikan pada produk yang dijual. Dengan banyaknya postingan produk di blog, para pelanggan dapat dengan mudah menemukan apa yang mereka cari, dan penjelasan yang mendalam membantu mereka membuat keputusan pembelian yang lebih informan.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari jurnal ini merupakan pelaksanaan promosi digital pada UMKM di Kelurahan Sumurwelut, Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya, memiliki dampak positif yang signifikan terhadap perkembangan dan keberlanjutan bisnis. Penggunaan Blog sebagai media promosi digital telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas merek, dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam menerapkan promosi digital juga menjadi bagian integral dari proses pembelajaran. Faktor-faktor seperti pemahaman teknis yang terbatas dan keterbatasan sumber daya perlu diatasi dengan upaya kolaboratif antara UMKM, pemerintah daerah, dan lembaga pendukung UMKM. Rekomendasi yang diberikan meliputi peningkatan pemahaman UMKM tentang potensi promosi digital, pengembangan keterampilan dalam pembuatan konten berkualitas, dan optimalisasi interaksi dengan konsumen melalui platform Blog.

Pemerintah lokal diharapkan dapat memberikan dukungan melalui pelatihan, program bantuan, dan fasilitas lainnya untuk meningkatkan kapabilitas UMKM dalam menghadapi era digital. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pemahaman lebih lanjut mengenai bagaimana UMKM di tingkat lokal dapat mengadopsi dan

mengimplementasikan strategi promosi digital secara efektif. Oleh karena itu, diharapkan temuan-temuan dalam penelitian ini dapat menjadi acuan penting bagi UMKM, pemerintah daerah, dan pihak terkait lainnya dalam mengembangkan kebijakan dan strategi yang mendukung pertumbuhan UMKM di era digital. Sebagai penutup, pelaksanaan promosi digital pada UMKM di Kelurahan Sumurwelut bukan hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga sebuah peluang untuk menciptakan ekosistem bisnis yang lebih berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan zaman.

REFERENSI

- Aristyawati, N. &. (2021). Penggunaan Media Blogspot Pada Pembelajaran Menulis Teks Sinopsis. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Bahasa Indonesia*,.
- Atnis Kurnia Rianingtyas, K. K. (Vol. 7, No. 2 (2018)). *Perancangan User Interface Aplikasi Mobile Sebagai Media Promosi Digital UMKM Tour dan Travel*. Surabaya: JURNAL SAINS DAN SENI ITS.
- Bernadeth Gabriella Putri Hardianti, J. D. (Vol.1, No.3 Juli 2023). *Implementasi Pembelajaran Daring Berbasis Project Dalam Pengembangan Digital*. Surabaya: Jurnal Pengabdian dan Kemitraan Masyarakat (ALKHIDMAH) .
- Kusumayanti, D. &. (2020). Pendampingan Promosi Digital Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*.
- Sophia Trilaksono, A. P. (Volume 6 Nomor 2, Maret 2023). *PEMANFAATAN MEDIA BLOGGER DALAM PEMBELAJARAN MENULISCERPEN MENGGUNAKAN MODEL DISCOVERY LEARNING PADA SISWA KELAS X SMKN 02 BALEENDAH*. Parole (Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia).
- Yuni Tresnawati, K. P. (Volume 3, No. 1, 2018). *Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial*. Profesi Humas.