

## OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING DENGAN MENGUNAKAN KONTEN VIDEO MARKETING PADA UMKM RPMR MALANG

Nurul Hidayatinnisa<sup>1)</sup>, Abdullah Helmy<sup>2)</sup>, Asa Wisesa Betari<sup>3)</sup>,  
Selin Anggi Cahyani<sup>4)</sup>, Ahmad Abror Rozaqi Fatoni<sup>5)</sup>, Ita Rifiani Permatasari<sup>6)</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang  
email: [nurulnisa@polinema.ac.id](mailto:nurulnisa@polinema.ac.id)

<sup>2</sup>Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang  
email: [abdullah.helmy@polinema.ac.id](mailto:abdullah.helmy@polinema.ac.id)

<sup>3</sup>Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang  
email: [asawisesa@polinema.ac.id](mailto:asawisesa@polinema.ac.id)

<sup>4</sup>Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang  
email: [selinanggi99@gmail.com](mailto:selinanggi99@gmail.com)

<sup>5</sup>Jurusan Teknik Informatika, Politeknik Negeri Malang  
email: [rojaki1419@gmail.com](mailto:rojaki1419@gmail.com)

<sup>6</sup>Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang  
email: [ita\\_rifiani@polinema.ac.id](mailto:ita_rifiani@polinema.ac.id)

### **Abstract**

*MSMEs are the business line that most guarantees national economic independence. Therefore, the resilience of MSME businesses must be considered by adapting to every existing condition. Entering the all-digital industrial revolution 4.0, all business sectors are starting to change businesses that were previously conducted conventionally to digital. Social media is currently a digital platform that facilitates users to socialize with each other, whether it's communicating or sharing content in the form of writing, photos and videos with millions of people. Social media is a potential medium for branding and product promotion. Therefore, there is a need for digital literacy for MSMEs regarding how important digital marketing is to improve the branding of a product. This PKM focuses on creating video marketing content because video marketing content is the content that attracts the most engagement from consumers. This PKM is carried out in MSMEs that are members of the Greater Malang Entrepreneur House or abbreviated as RPMR. RPMR is the largest association of Malang City where the level of digital literacy knowledge for MSMEs is still very low. Therefore, literacy regarding digital marketing is needed and it is necessary to create marketing videos to increase the business scale of MSMEs.*

*Keywords: Digital Marketing, Konten Video Marketing , UMKM, Media Promosi*

### 1. PENDAHULUAN

Memasuki Revolusi industri 4.0 dimana semua serba digital semua sector bisnis mulai melakukan transisi bisnisnya dari yang menggunakan cara konvensional door to door beralihkepada bisnis dengan platform digital. Salah satu platform digital yang paling banyak digunakan pembisnis adalah sosial media. Mengutip Ina.com Media sosial adalah sarana bagi pebisnis untuk keperluan marketing. Berikut manfaat media sosial untuk pebisnis di bawah ini.:

1. Memperluas jangkauan konsumen
2. Mempermudah proses marketing
3. Melakukan komunikasi interaktif
4. dengan konsumen

5. Memperoleh feedback langsung dari konsumen

6. Meningkatkan engagement

Saat ini, yang promosi yang paling ampuh dilakukan di sosial media adalah dengan menggunakan video marketing. video marketing adalah salah satu strategi pemasaran di dalam marketing online yang memanfaatkan media video. Video marketing yang bagus akan membuat pangsa pasar sangat terhibur dan terbantu. Apalagi kini berbagai media sosial besar seperti YouTube, Instagram, Twitter maupun Facebook semakin banyak penggunanya sehingga pangsa pasar semakin luas. Dengan mengunggah video marketing dan membagikannya lewat media sosial seperti

TikTok, Facebook dan Twitter maupun Instagram maka informasi bisnis akan cepat menyebar. Calon konsumen akan tertarik dengan promosi selanjutnya menjadi pelanggan jika promosi yang dilakukan menarik. Tampilan video marketing kini selalu menarik, komunikatif, dan informatif. Selain keunggulan dari itu konten video yaitu cenderung lebih mudah dinikmati dan diingat orang.

Objek PKM ini adalah Rumah Pengusaha Malang Raya atau disingkat dengan RPMR. RPMR merupakan paguyuban pengusaha Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) se-Kota Malang raya, Jawa Timur. RPMR memiliki cakupan wilayah dari Kota Malang, sampai pada pedalaman di Kabupaten Malang, dan Kota Batu. Jumlah pelaku bisnis yang bergabung di RPMR yaitu 450 anggota dengan jenis bisnis yang variatif yang tersebar diberbagai wilayah tersebut. Koordinator RPPM yaitu Bapak Nanang mengungkapkan bahwa banyak pelaku UMKM yang bergabung dalam RPMR mengalami kesulitan beradaptasi di era disrupsi teknologi masih banyak pelaku usaha yang hanya menggunakan cara konvensional sehingga trend bisnisnya menjadi menurun karena kalah dengan kompetitor yang telah menggunakan teknologi digital, apalagi ditambah dengan adanya pandemic covid-19 membuat banyak UMKM gulung tikar karena terkendala dengan peraturan pemerintah yaitu aturan Pembatasan sosial skala besar (PSBB). Oleh sebab itu diperlukan pelatihan pendampingan kepada pelaku UMKM terkait pentingnya digital marketing dan pembuatan konten video marketing agar dapat menciptakan ketahanan bisnis UMKM.

## 2. KAJIAN LITERATUR

Menurut Dewan Periklanan Indonesia (DPI) (2007: 16) Iklan merupakan pesan komunikasi pemasaran atau komunikasi publik tentang sesuatu produk yang disampaikan melalui suatu media, dibiayai oleh pemrakarsa yang dikenal, serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat.

Arens dalam Junaedi (2013: 109) mengungkapkan bahwa iklan sebagai struktur dan komposisi komunikasi informasi yang bersifat nonpersonal. umumnya dilakukan dengan berbayar yang dicirikan dengan persuasif, berisi tentang produk (barang, jasa, dan ide) yang diidentifikasi sebagai sponsor melalui berbagai media."

Junaedi (2013: 111) mengungkapkan bahwa Iklan harus menggunakan medium untuk mencapai khalayak. Medium iklan adalah media yang dibayar oleh pemasang iklan untuk meletakkan iklannya sehingga mampu menjangkau khalayak luas, dari medium inilah dikenal berbagai bentuk iklan yang digunakan, seperti iklan radio, televisi, koran, iklan luar ruang dan sebagainya.

## 3. METODE

Metode yang dilaksanakan dalam kegiatan PKM ini adalah:

### a. Pengumpulan data

Untuk tahapan pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara kepada ketua asosiasi RPMR dan pemilik UKM.

### b. Pengembangan Video Iklan Untuk di tahapan pengembangan video iklan dilakukan langkah-langkah

- Video Visual : Mengedit video iklan dengan menggunakan aplikasi VN. Pengeditan ini sesuai dengan bahan dasar video yang telah diambil dari UKM yang pada akhirnya menghasilkan video iklan dari beberapa gabungan produk UKM.
- Menjadikannya Video Iklan : Menggabungkan beberapa video ke aplikasi VN untuk ditambahkan beberapa animasi, teks, dan jua dubbing suara sehingga menjadikan video iklan.

### c. Alih Pengetahuan

- Bentuk alih pengetahuan/ pendidikan dan pelatihan diadakan secara singkat dengan materi video iklan untuk memasarkan produk secara digital.
- Diskusi dan tanya jawab : Kegiatan ini bertujuan untuk memantapkan materi yang telah diberikan dan juga memberi kesempatan kepada pelaku UKM jika ada materi yang kurang paham.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum dilakukan pembuatan video iklan dari UMKM, kami terlebih dahulu mewawancarai dan menggali informasi dari Ketua Asosiasi RPMR, dari obrolan itu diperoleh beberapa informasi dan kondisi UMKM yang tergabung dalam asosiasi RPMR. Berdasarkan wawancara tersebut maka diputuskan dua UMKM yang menjadi fokus PKM kami pada tahun ini yaitu Nanda Collection dan Cahaya Putra Jaya. Telah

dilakukan wawancara dan observasi dengan pemilik UKM Nanda Collection dan UKM Cahaya Putra Jaya terlebih dahulu, wawancara ini dilakukan untuk menggali keterbutuhan akan video iklan bagi UKM. Selanjutnya membuat sekaligus menyusun konsep dari video iklan yang akan dibuat menggunakan platform aplikasi pengeditan yaitu VN. Berikut merupakan hasil video iklan untuk UKM Nanda Collection, dengan durasi video iklan kurang lebih 1 menit



Gambar 1. Durasi Video Iklan 59detik



Gambar 2. Terdapat penjelasan detile dari produk Nanda Collection



Gambar 3. Kripik Pare Produk unggulan Cahaya Putra Jaya



Gambar 4. Produk Pentol Jamur Cahaya Putra Jaya

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua RPMR ternyata masih banyak UMKM yang belum melek akan digital sebagai salah satu media pemasaran. Sebagian besar UMKM memerlukan bantuan untuk memasarkan produk secara digital. Sebagian besar pemilik UMKM hanya menggunakan media whatsapp sebagai media digital, itupun hanya untuk berkomunikasi saja. Hasil wawancara dengan dua UMKM terpilih juga memberikan jawaban yang serupa, mereka hanya fokus produksi saja tidak memiliki media pemasaran digital yang terkelola dengan baik. Untuk itu diperlukan

Media sederhana yang bisa membantu mereka untuk memasarkan produk secara mandiri.

Melalui PKM ini kami memutuskan membuat media promosi sederhana berupa video iklan ini maka UMKM bisa menyebarkan video iklan sebagai bentuk status whatsapp atau membagikan video iklan ke beberapa grup jualan untuk memperluas jangkauan pemasaran UMKM.

Pelatihan diberikan setelah video iklan jadi, pelatihan ini berisi terkait literasi digital dan bagaimana penggunaan video iklan secara efektif. Dari hasil pelatihan ini, UMKM mendapatkan pengetahuan atau adanya transfer ilmu ke pemilik UMKM, UMKM memahami penggunaan video iklan dan tertarik untuk memasarkan produnya secara digital.

## 5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil diatas berisi rangkuman singkat atas hasil pengabdian dan pembahasan. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dalam bentuk pelatihan dan pengembangan video iklan pada UMKM anggota asosiasi RPMR telah terlaksana dengan baik dan lancar. UMKM yang diberikan pelatihan dan dibuatkan produk antara lain UMKM Cahaya Putra Jaya yang berlokasi di Pakirsaji, Kab. Malang dan UMKM Nanda Collection yang berlokasi di Wagir, Kab. Malang.

Kegiatan ini melibatkan tim pengabdian kepada masyarakat yaitu dosen Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang yang ahli dibidang komputer, manajemen pemasaran, dan mahasiswa jurusan Administrasi Niaga. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan ini juga memberikan manfaat kepada kedua belah

pihak. Manfaat bagi peserta pelatihan, yaitu para peserta mendapat ilmu dan wawasan baru mengenai pemasaran digital serta video iklan produk mereka yang siap dipergunakan. Respon peserta pengabdian yaitu UMKM dan pihak asosiasi pengusaha RPMR sangat baik, bahkan mereka mengharapkan adanya program sejenis untuk membuka wawasan terkait literasi digital dan membutuhkan sentuhan atau bantuan dalam memasarkan produk.

Peserta mempunyai semangat yang tinggi setelah mengetahui pemasaran digital. Dalam hal promosi produk, dengan adanya video iklan yang telah dibuatkan memudahkan mereka dalam mempromosikan produk jualannya.

## 6. DAFTAR REFERENSI

- Amelia, T., Erwin, T. H., & Widiyanti, R. (2022). Perancangan E-Catalogue Sebagai Media Promosi Produk Paket Wisata PT. Ranata Air Network. *Prosiding Industrial Research ....* <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/4286>
- Chandra, A. (2022, February 17). *Harmony*. <https://Harmony.Co.Id>
- Indraswari, C., Insan, R. N., Maulida, S. W., Fajriyani, M. R., & Arifah, H. (2021). Psikoedukasi Digital Marketing dan Pembuatan E-Katalog di Wisata Jaka Garong. *Psyche 165 Journal*, 290–295. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v14i3.32>
- Media Indonesia. (2021). UMKM Dongkrak Perekonomian Kota Malang Saat Pandemi. *Medi Indonesia*. <https://mediaindonesia.com/nusantara/464211/umkm-dongkrak-perekonomiana-kota-malang-saat-pandemi>
- Pelaku Bisnis. (2021, August). *Subiako Priosoedarsono, Bidik Pasar Lokal Dengan Magnet Cinta*. Pelaku Bisnis. <https://pelakubisnis.com/2021/08/subiako-priosoedarsono-bidik-pasar-lokal-dengan-magnet-cinta>