

PENDAMPINGAN INTERNET MARKETING DALAM MENDUKUNG KEGIATAN PROMOSI PADA UMKM JASMINE COLLECTION KEL. TANJUNG REJO KEC. SUKUN KOTA MALANG

Heru Utomo¹⁾, Mohammad Maskan²⁾, Joko Samboro³⁾, Umi Khabibah⁴⁾,
Titien Indrianti⁵⁾ Dwi Sudjanarti⁶⁾

¹Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
email: heru.utomo @polinema.ac.id

²Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
email: mohammad.maskan@polinema.ac.id

³Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
email: joko.samboro@polinema.ac.id

⁴Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
email: umi.khabibah@polinema.ac.id

⁵Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
email: titin.indrianti@polinema.ac.id

⁶Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
email: dwi.sudjanarti@polinema.ac.id

ABSTRACT

In an era of increasingly global competition, small and medium businesses are demanded to improve their competitiveness in order to survive, continue to run and even be able to develop. For this purpose, one strategy that can be done in managing their business is to apply internet-based information technology as a support in various processes of their business activities. Internet marketing is a marketing activity with the application of information technology, which includes activities to promote products and/or services through the internet. Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Sukun District, Malang City, one of the newly developing MSMEs, has not been optimal in implementing online marketing which is part of Internet marketing. Internet marketing or digital marketing has been carried out through many types of social media such as Instagram or Whatsapp. This community service activity aims to help Jasmine Collection MSMEs maximize its internet marketing. The results of this community service activity are in the form of logos, ebooklets, ebrochures, and videos that uploaded to the Jasmine Collection Instagram, and the website with the address <https://jasminedaster2023.blogspot.com/>

Keywords: internet marketing, social media, promotion

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi terhadap pengembangan ekonomi nasional, pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, dan pembagian hasil pembangunan. UMKM merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat karena merupakan usaha pemenuhan kebutuhan vital masyarakat. UMKM memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi kerakyatan dan sebagai

salah satu sarana penyerapan tenaga kerja. Pemerintah mendukung sepenuhnya pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dengan menetapkan UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Salah satu isi kebijakan dalam peraturan berkaitan dengan pengembangan UMKM seperti pada pasal 1 ayat 9 yang pada intinya Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat mendukung pengembangan UMKM melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan, dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan

meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Teknologi informasi saat ini berkembang sangat pesat, dan manfaat penggunaan internet sudah sangat dirasakan oleh penggunanya. Internet telah digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat, termasuk para pengusaha usaha kecil dan menengah di perkotaan maupun pedesaan. Namun karena minimnya pengetahuan dan pendidikan di kalangan pengusaha UMKM, pemanfaatan internet masih belum optimal untuk mendukung proses bisnis dan meningkatkan keuntungan yang diterima pengusaha UMKM.

Internet marketing adalah usaha memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media internet untuk menjangkau lebih banyak calon pembeli dengan cepat (Kolter dan Armstrong, dalam Setyaningrum, 2015). Kegiatan pemasaran dan promosi suatu produk sekarang ini banyak menggunakan media internet, yaitu facebook, Instagram, blog, dan media sosial lainnya. Selain dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan mengefektifkan biaya pemasaran, implementasi internet marketing juga bermanfaat membuat ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas. Sifat *real time* pada *internet marketing* dapat dimanfaatkan oleh pengusaha untuk mengetahui minat dari pasar yang dituju, dan memutuskan strategi penyesuaian dengan cepat.

UMKM Jasmine Collection didirikan oleh Ibu Suci Ananda Putri pada tahun 2015. Pada awal berdirinya UMKM ini hanya menjual daster yang tidak terlalu banyak jenis-jenisnya. Lokasi usaha hingga saat ini terletak di Jl. Terusan Larwo, no 250 G, Kel. Tanjung Rejo, Kec. Sukun, kota Malang. Seiring berjalannya waktu UMKM ini mulai menggunakan atau memanfaatkan internet untuk memasarkan atau mempromosikan produk-produknya melalui Instagram (@jaasmincollection) dan *WhatsApp* yaitu melalui status *WhatsApp* pemilik. Berikut ini adalah contoh produk yang dijual oleh UMKM Jasmine Collection:



Jasmine Dress

Crinkle Premium

Gambar 1. Produk UMKM Jasmine Collection
Sumber: UMKM Jasmine Collection, 2023

Hasil pemanfaatan *WhatsApp* dan media sosial *Instagram* belum maksimal. Hal ini dikarenakan desain konten yang masih sederhana dan tidak lengkapnya informasi dan tag dalam konten dan keterangan (*caption*) nya. Sebagian besar penjualan masih secara konvensional (*offline*) dimana konsumen langsung membeli ke tempat usaha/rumah pemilik. Sebagian besar pembeli *offline* berasal dari keluarga, teman, dan komunitas. Setelah konsumen yang pernah membeli ini menjadi pelanggan, baru mereka memanfaatkan WA dan IG untuk melihat produk dan komunikasi pemesanan.

Masalah yang dialami oleh UMKM ini adalah:

- a) Mitra PKM masih kurang memahami konsep *internet marketing* yang tidak hanya mencakup tentang pemasaran dan promosi saja, tetapi juga tentang penggunaan dan optimalisasi media internet dalam proses komunikasi dan penjualan.
- b) Masih belum optimalnya penggunaan *internet marketing* dalam kegiatan promosi, khususnya belum adanya logo usaha, pengembangan desain konten Instagram dan belum adanya blog yang sebetulnya bisa diimplementasikan atau dimanfaatkan dalam menunjang kegiatan promosi.

Tujuan dari dilaksanakannya kegiatan PKM ini adalah:

- c) Mendukung UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang dalam bidang Internet Marketing dalam bentuk pelatihan dan pendampingan.
- d) Meningkatkan keterampilan UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang dalam mempromosikan produk-produknya secara *online*.

- e) Meningkatkan hubungan antara Politeknik Negeri Malang dengan masyarakat, khususnya UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1. *Internet Marketing*

Internet marketing atau *marketing online* adalah upaya bisnis untuk memasarkan barang dan jasa serta membangun hubungan dengan pelanggan melalui internet (Setyaningrum, 2015). Fauzi (2017) *Internet marketing* adalah cara untuk memasarkan barang atau jasa melalui internet. Selain itu, *Internet marketing* adalah aplikasi internet dan teknologi digital yang terkait untuk mencapai tujuan pemasaran. Kesimpulan berdasarkan kedua pendapat tersebut bahwa internet marketing adalah kegiatan mempromosikan merek atau barang kepada target konsumen melalui internet.

2.2. Manfaat *Internet Marketing*

Internet marketing telah banyak digunakan oleh berbagai pelaku bisnis, baik itu UMKM, *startup*, maupun perusahaan multi nasional. Manfaat menggunakan *internet marketing* untuk bisnis adalah: (Lianovanda, 2021)

- a) Lebih hemat biaya promosi
Memasarkan *brand*, produk atau jasa melalui internet lebih hemat jika dibandingkan dengan strategi pemasaran tradisional. Menggunakan internet marketing tidak harus memasang iklan di TV, radio, *billboard*, dan lainnya yang biayanya sangat besar. Biaya pasti akan lebih rendah dengan menggunakan sosial media, blog, dan media *online* lainnya.
- b) Menjangkau lebih banyak audiens
Jumlah pengguna internet yang besar dapat dimanfaatkan oleh pemasar untuk memasarkan *brand* untuk menarik lebih banyak calon pembeli potensial.
- c) Kemudahan berinteraksi dengan audiens
Batasan geografis dapat dihilangkan untuk berinteraksi dengan audiens melalui internet. Pemasar dapat menggunakan satu media untuk memasarkan barang atau merek sehingga semua audiens dapat melihatnya secara langsung.
- d) *Real-time* dan lebih terukur
Melalui *internet marketing* pemasaran barang atau merek dapat memberikan responsivitas yang *real-time*. Performa pemasaran lebih mudah diukur dari pada

melakukan pemasaran atau promosi dengan memasang *billboard* atau iklan di TV dan radio. Bagaimana masyarakat terdampak iklan atau informasi tentang produk/merek, seberapa besar dampaknya terhadap bisnis, dapat langsung dilihat performanya secara *real-time* melalui *internet marketing*.

- e) Berkurangnya aktivitas pemasaran
Pekerjaan yang dilakukan marketer menjadi lebih ringan berkat adanya *internet marketing*. Pemasar tidak perlu mengirimkan surat kepada pelanggan, mencetak brosur atau flyer, atau menjelaskan produk secara individu.

Internet marketing memungkinkan membuat dan mendistribusikan konten kapan saja. Kampanye iklan *online* juga lebih menghemat waktu. Dengan menggunakan *internet marketing*, pemasar memiliki kemampuan untuk mengunggah konten kapan saja dan membalas komentar, berinteraksi melalui aplikasi pesan, dan mengirimkan ratusan atau ribuan email secara langsung kepada seluruh pelanggan.

2.3. Strategi *Internet Marketing*

Banyaknya manfaat dalam memasarkan produk melalui internet marketing, maka diperlukan strategi pemasaran sebagai berikut: (Lianovanda, 2021)

- a) Buat situs web yang mudah digunakan oleh pengguna, karena calon konsumen biasanya melakukan riset atau mencari informasi mengenai produk yang ingin dibelinya. *Website* merupakan tempat bagi calon konsumen untuk memperoleh informasi valid dan resmi mengenai suatu *brand*. Setelah mendapatkan informasi dan ketertarikan melakukan pembelian, maka konsumen akan melakukan transaksi melalui situs web tersebut.
- b) *Search engine optimization* (SEO) digunakan sebagai teknik untuk mengoptimalkan situs web.
Google memiliki ratusan tanggapan untuk kata kunci tersebut, jadi website atau situs yang dibuat harus muncul di page 1 atau ranking 1 agar banyak orang melihatnya dan mengunjunginya. Guna membuat bisnis muncul di page 1 atau ranking 1, maka SEO harus dioptimalkan penggunaannya. Kata kunci yang dipilih harus tepat dan terkait dengan bisnis yang dijalankan. Pengguna dapat memasukkan kata kunci ke URL, isi konten, alt text gambar, dan elemen lainnya.

- c) Gunakan strategi pemasaran sosial media
Media sosial menjadi strategi pemasaran yang efektif karena banyak digunakan oleh pengguna internet. Melalui media ini, kita dapat mendistribusikan konten pemasaran, memelihara *engagement* dengan berinteraksi melalui pesan, membalas komentar, melakukan QnA, *live*, dan lainnya.
- d) Membuat *blog*
Blog juga menjadi salah satu media untuk menarik audiens. Dengan informasi yang menarik dan berharga pada *blog* yang dibuat dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap *brand* yang ditawarkan. Konsumen biasanya membeli produk dari *brand* yang mereka kenal dan dipercaya. Berbeda dengan sosial media, *blog* biasanya menyajikan informasi yang lebih detail dan mendalam. Melalui konten tersebut dapat dilakukan *soft selling* dengan menambahkan CTA seperti *download*, baca juga, link produk, dan lainnya.
- e) *Email marketing*
Email marketing dapat membuat pelanggan tetap terhubung dengan merek secara pribadi. Hal ini disebabkan oleh kemampuan *email marketing* untuk disesuaikan. Berbagai berita terbaru, program baru, diskon khusus, dan lainnya dapat dimasukkan ke dalam *email marketing*. Layanan pelanggan, program loyalitas, penghargaan, rekomendasi produk, dan promosi adalah beberapa contoh jenis *email marketing* yang dapat digunakan.
- f) Iklan berbayar (*pay-per-click advertising*)
Dalam model periklanan *Pay-per-click* (PPC), pemasang iklan hanya menerima pembayaran untuk setiap orang yang mengklik atau berinteraksi dengan iklan mereka. Iklan ini sering terlihat di mesin pencarian. Karena itu, iklan akan muncul di halaman pencarian Google ketika orang memasukkan kata kunci tertentu. Dengan memasang PPC, merek dapat menjangkau pengguna yang melakukan pencarian Google dengan kata kunci yang relevan dengan perusahaan. *Keyword* iklan dapat dioptimasi dengan bantuan SEO.
- g) Berkolaborasi dengan *influencer*
Seseorang yang memiliki kemampuan untuk memberi pengaruh pada orang lain dapat disebut sebagai *influencer*, yaitu *public figure*, *YouTube*, *Blogger*, dan lainnya. Bergantung pada tingkatannya, para *influencer* biasanya memiliki banyak

pengikut. Pada umumnya, *influencer* sangat terlibat dengan pengikutnya. Dengan menggunakan *influencer marketing* dapat menjangkau audiens yang berbeda.

2.4. Media Sosial *Instagram*

Dua kata yang membentuk *Instagram* adalah "Insta" dan "Gram". "Insta" berasal dari "Telegram", yang berarti media pengirim informasi yang sangat cepat. "Polaroid", sejenis kamera yang dapat mencetak foto segera setelah membidik objek, adalah sebutan lain untuk *Instagram*. Penggunaan dua kata tersebut mencerminkan tujuan sebenarnya dari *Instagram*, yaitu sebagai platform untuk membuat foto dan membagikannya dengan cepat. Dengan teknologi internet yang mendasari aktivitas media sosial ini, tujuan tersebut sangat dapat dicapai.

Atmoko (2012) *Instagram* menjadi aplikasi yang sangat disukai oleh banyak pengguna, dan telah berkembang menjadi media sosial yang menawarkan banyak kesempatan untuk berbisnis bagi penggunanya. *Instagram* dapat digunakan sebagai media komunikasi pemasaran dan memungkinkan penggunanya memiliki banyak *followers* dan melihat foto produk yang dijual. Hal ini juga memudahkan pelanggan untuk melihat produk yang dijual dan langsung memberi komentar di bawah foto yang dipilih.

2.5. Website *Blogspot*

Blogspot singkatan dari "web-log", adalah sebuah media *online* yang memungkinkan pengguna menyimpan konten berupa tulisan, gambar, video, dan lainnya untuk memenuhi kebutuhannya dalam berbagai bidang.

Agustian (2017) *Blogspot* adalah salah satu fitur dari *google* yang memungkinkan pengguna untuk membuat *blog* gratis. Dengan menggunakan layanan ini, pengguna dapat menulis di *blog* mereka dan meningkatkan popularitas *blog* mereka serta menghasilkan uang.

2.6. *Canva*

Berbagai macam *template* desain tersedia di *Canva*, termasuk desain untuk presentasi, media sosial, video, produk cetak, iklan, kebutuhan kantor, dan sebagainya (Effendi, et al., 2021). *Canva* memiliki berbagai kelebihan, yaitu: (Tanjung & Faiza, 2019)

- a) Keberagaman desain grafis mulai dari animasi, *template*, dan nomor halaman yang menarik.

- b) Banyaknya fitur yang tersedia dan fitur *drag-and-drop* pada canva dapat meningkatkan kreativitas dalam desain grafis.
- c) Dapat membuat desain secara praktis, sehingga dapat menghemat waktu.
- d) Slide media Canva memiliki resolusi gambar yang baik dan dapat dicetak secara otomatis dengan mengatur ukuran cetakan.
- e) Canva dapat diakses baik melalui laptop maupun menggunakan ponsel.
- f) Hasil desain canva dapat diunduh dalam beragam format penyimpanan seperti PDF dan JPG.

2.7. CapCut

Imam (2023) menyatakan bahwa aplikasi pengeditan video populer *CapCut* yang dikembangkan oleh BYTEMOD, sebuah perusahaan teknologi Tiongkok. Fitur *CapCut* memungkinkan pengguna memotong, menambahkan musik, dan menambahkan efek video. Aplikasi *CapCut* dapat mendorong para pembuat konten untuk dapat meningkatkan imajinasi, kreatifitas, dan kebebasan berekspresi melalui tulisan, lagu, video maupun simbol sederhana. Sementara itu fitur yang dimiliki Capcut tidak hanya tulisan, lagu, dan simbol sederhana saja. Fitur *CapCut* dapat mengedit video dengan efek transisi yang baik, serta adanya teks, dan trek audio yang dapat mendukung kreativitas pembuat konten.

Meskipun *CapCut* memiliki fitur yang luar biasa, akan tetapi *CapCut* masih memiliki kekurangan dalam hal alat dan efek yang canggih dibandingkan dengan beberapa perangkat lunak pengeditan video profesional yang berfitur lengkap yang berjalan di Windows atau Mac, seperti Adobe Premiere Pro. Kelebihan *CapCut* yaitu:

- a) Tampilan mudah dipahami.
- b) Disertai dengan banyak hak cipta musik
- c) Satu set *template* yang dapat digunakan
- d) Terdapat efek transisi, filter, dan tren.
- e) Tersedia pilihan lebih dari 20 bahasa
- f) Mudah untuk diekspor

Disinggung kelebihannya *CapCut* juga memiliki kekurangan, yaitu:

- a) Beberapa trek lainnya sangat terbatas.
- b) Kurangnya alat penilaian warna yang canggih untuk memastikan bahwa semua klip konsisten.
- c) Gangguan akurasi pada beberapa layanan, seperti penghapusan latar belakang dan efek tubuh mode lanskap tidak didukung di *smartphone* dan pad.

- d) Tidak mungkin untuk mengubah kecepatan frame lebih dari 60 FPS.

3. METODE

Kegiatan PKM ini membutuhkan proses yang berkesinambungan. Kegiatan dimulai dengan memperkenalkan atau sosialisasi pentingnya *internet marketing*, memotivasi penggunaan fasilitas yang ada untuk menimbulkan keinginan memanfaatkannya hingga hasil yang dicapai oleh UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang.

Adapun metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

Proses atau metode yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat:

1) Persiapan

Pelaksanaan survei awal ke daerah mitra merupakan langkah awal dalam pelaksanaan program PKM.

Dilakukan survei ini adalah untuk mengetahui masalah mitra dan mencari solusi bersama pemilik UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang. Pada tahap ini juga dilakukan sosialisasi mengenai pemanfaatan *Internet Marketing*, memberikan motivasi yang dapat menimbulkan keinginan pemilik UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang untuk menerapkan *internet marketing*. Tahap persiapan dilaksanakan dilaksanakan sebelum pengajuan dan seleksi proposal.

2) Pelaksanaan

Setelah tahap persiapan, maka dilaksanakan program pelatihan dan pendampingan pemanfaatan Internet Marketing dengan membuat logo usaha dan pengembangan konten *instagram*, serta pembuatan *blog*. Pelaksanaan kegiatan PKM yaitu pendampingan *internet marketing* ini dimulai pada bulan april sampai agustus 2023. Pelaksanaan pada tahap ini dilakukan dengan menggunakan teknik berikut:

- a) Penyampaian materi *internet marketing* merupakan sarana untuk alih pengetahuan. Materi yang disampaikan meliputi serangkaian topik tentang apa yang dimaksud media sosial, fitur yang terdapat pada media sosial tersebut, dan cara membuat desain logo, desain konten

di media sosial *Instagram*, dan pembuatan blog.

b) Praktek

Pemilik usaha dapat mempraktikkan materi yang disampaikan melalui kegiatan praktek. Selain itu, diskusi dan tanya jawab dilakukan untuk memberikan ruang bagi pemilik usaha dalam hal ini adalah UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang untuk lebih memahami materi yang diberikan.

c) Pembahasan Masalah

Pada kegiatan ini peserta pelatihan yaitu UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang diberikan diberikan sejumlah latihan praktek yang sesuai dengan materi yang telah diberikan. Hal ini dilakukan untuk mempersiapkan mitra untuk pengembangan selanjutnya di masa yang akan datang dalam mengelola media sosial instagram yang telah dimiliki sebelumnya. Pembahasan masalah diberikan juga pada saat mitra mempraktekkan pembuatan desain logo, pengembangan desain konten instagram dan pembuatan blog serta pengelolaan media sosial instagram.

3) Evaluasi,

Tahap ini dilakukan untuk mengetahui seberapa baik tujuan pelatihan tercapai.

Tahap evaluasi dilaksanakan pada bulan september 2023. Tahap evaluasi ini meliputi hal-hal sebagai berikut:

a) Evaluasi terhadap penguasaan materi *Internet Marketing* tentang pembuatan desain logo, media sosial dan blog yang telah diberikan melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan.

b) Evaluasi terhadap kepuasan UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang dalam hasil pelatihan dan pendampingan Internet Marketing khususnya tentang pembuatan desain logo, pengembangan konten media sosial instagram dan blog yang telah diberikan sesuai dengan kebutuhan sebagai solusi dalam pengembangan kegiatan promosi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil

Tim Pengabdian kepada Masyarakat melakukan pelatihan dan pendampingan

internet marketing diawali atau dimulai dengan menghubungi dan bertemu langsung dengan pemilik UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang. Pemilik UMKM menyambut kegiatan ini dengan baik dan menyatakan bahwa UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang akan dengan senang hati ikut terlibat di kegiatan ini.

Kegiatan pelatihan dan pendampingan *internet marketing* telah dilakukan di rumah pemilik sekaligus toko tempat usaha UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang. Pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan dengan tahap sebagai berikut:

a) Pematangan perencanaan yang mencakup jadwal pelatihan yang disesuaikan dengan kesempatan waktu pemilik atau pihak UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang dan jadwal tim pengabdian kepada masyarakat.

b) Kegiatan pemberian teori tentang kemanfaatan internet marketing yang dilaksanakan pada tanggal 5 Juni 2023. Kegiatan dimaksudkan untuk memberi wawasan atau pemahaman dasar tentang internet marketing kepada pihak UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang. Pada kegiatan ini juga jelaskan dan diberikan contoh UMKM-UMKM yang telah memanfaatkan internet marketing untuk memasarkan produknya.

c) Kegiatan praktek internet marketing disesuaikan dengan kesibukan pihak UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang, sehingga kegiatan ini dilakukan dengan jadwal sebagai berikut:

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Praktek

Tanggal	Kegiatan
15 Juli 2023	Pelatihan dan pendampingan pengelolaannya media sosial <i>instagram</i> .
8 Agustus 2023	Pelatihan dan pendampingan pembuatan konten pada feed <i>instagram</i> . Pada kegiatan ini juga dilakukan pelatihan pembuatan logo, <i>ebooklet</i> , dan <i>ebrosur</i> . Pembuatan desain tersebut

	menggunakan aplikasi canva.
14 Agustus 2023	Pelatihan dan pendampingan pembuatan, serta pengeditan video menggunakan CapCut
19 Agustus 2023	Pelatihan dan pendampingan pembuatan <i>blogspot</i> dan cara mengedit <i>blogspot</i>
8 dan 9 September 2023	Evaluasi kegiatan pelatihan dan pendampingan <i>internet marketing</i> .

d) Evaluasi dilakukan dengan memberi komentar terhadap hasil desain konten instagram, dan blog yang dibuat oleh pihak UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang. Pemberian komentar atau saran perbaikan desain juga diikuti dengan membahas untuk perbaikan desain tersebut. Hal ini dilakukan agar desain konten instagram, dan website *blogspot* yang dihasilkan oleh pihak UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang menjadi lebih baik.

Hasil desain dan foto dari kegiatan pelatihan dan pendampingan tentang *internet marketing* antara lain sebagai berikut:



Gambar 2. Logo
Sumber: Dokumen PKM, 2023



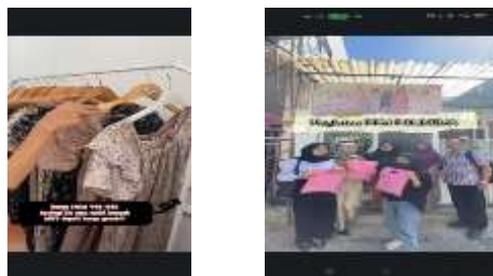
Gambar 3. Hasil desain brosur
Sumber: Dokumen PKM, 2023



Gambar 4. Hasil desain e-booklet
Sumber: Dokumen PKM, 2023



Gambar 5. Hasil desain *blogspot*
Sumber: Dokumen PKM, 2023



Gambar 6. *Screen shoot* hasil desain video
Sumber: Dokumen PKM, 2023



Gambar 7. Bersama pemilik UMKM
Sumber: Dokumen PKM, 2023

4.2. Pembahasan

Sebelum memulai kegiatan pengabdian kepada masyarakat, survei awal menunjukkan bahwa UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang masih belum maksimal melaksanakan *internet marketing* dalam memasarkan produknya. Akun instagram yang dimiliki UMKM ini diprivat, hal ini menyebabkan tidak semua orang dapat melihat produk-produk dari UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang. Produk UMKM ini kurang dikenal dan penjualan relatif kurang. Konsumen yang membeli produk sebagian besar adalah tetangga, kenalan yang mengetahui produk UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang dari status *whatsapp* pemilik. Profil UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang pada *instagram* yang dimilikinya dinilai kurang menarik, hal ini dikarenakan pada profil tersebut hanya tulisan

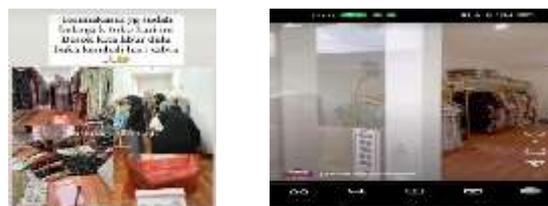
Jasmine Collection dan informasi media sosial *facebook*, *instagram*, alamat dan nomer telepon.

Media sosial *instagram* merupakan fenomena yang telah menjadi aspek penting dalam bauran pemasaran dan merevolusi cara perusahaan berinteraksi dengan konsumen maupun pelanggan. Kemunculan media sosial *instagram* telah menyebabkan runtuhnya media *mainstream* periklanan tradisional. Media sosial *instagram* lebih efektif daripada beberapa saluran periklanan tradisional, hal ini dikarenakan promosi melalui media sosial *instagram* dapat dijangkau oleh calon konsumen lebih luas atau jangkauan pasar lebih luas. Selain lebih efektif, penggunaan media sosial sebagai media promosi *instagram* juga lebih efisien. Hal ini dikarenakan promosi melalui media sosial *instagram* relatif lebih murah dibandingkan promosi secara tradisional.

Promosi menggunakan media sosial *instagram* juga dapat meyakinkan pelanggan. Membangun hubungan pelanggan adalah cara untuk meyakinkan calon pelanggan. Ini adalah proses mengembangkan, mempertahankan, dan melindungi pelanggan untuk terus berhubungan dengan perusahaan sehingga pelanggan bukan hanya menjadi pembeli perusahaan, tetapi juga menjadi pemasar bagi perusahaan. Besarnya manfaat media sosial *instagram* sebagai media promosi bagi UMKM, maka diperlukan pengelolaan media sosial *instagram* dengan baik. UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang perlu menambahkan logo pada profilnya, dan menambahkan link *website/blog*, serta membuat konten-konten *instagram* yang menarik baik berupa gambar ataupun video.

Diharapkan bahwa akun Instagram dan blogspot telah dibuat atau dibuat sebagai hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat digunakan oleh pihak UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang untuk mempromosikan produk-produknya secara *online*. Agar harapan tersebut dapat terwujud tentunya pihak UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang harus secara teratur mengelola media sosial *instagram* dan *website* tersebut. Hal tersebut dapat dilakukan dengan membuat atau mengunggah status pada akun media sosial *instagram*, dan mengunggah artikel pada *website* UMKM tersebut Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang.

Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan pendampingan tentang *internet marketing* yang telah dilakukan diketahui bahwa UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang mampu untuk mengelola akun *instagram* secara baik dengan mengunggah konten-konten baik berupa gambar maupun video. Berikut adalah hasil-hasil pengelolaan akun *instagram* dari UMKM Jasmine Collection setelah program pelatihan dan pendampingan *internet marketing*:



Gambar 8. Hasil post desain UMKM
Sumber: Dokumen PKM, 2023



Gambar 9. Jumlah Followers UMKM
Sumber: Dokumen PKM, 2023

Gambar 8 dan 9 membuktikan bahwa UMKM Jasmine Collection telah mampu mengelola akun *instagram* dengan baik sesuai arahan tim PKM.

5. SIMPULAN

Pelatihan dan pendampingan tentang *internet marketing* pada UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang merupakan bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini telah dapat dilaksanakan dengan lancar di tempat penjualan sekaligus rumah pemilik UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang yang beralamatkan di Jl. Terusan Larwo No. 250G Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang. Tim pengabdian kepada masyarakat, terdiri dari dosen Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang yang ahli dalam bidang komputer, manajemen pemasaran, dan

kewirausahaan, serta sejumlah mahasiswa, terlibat dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan ini.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terlaksana dalam beberapa kali pertemuan. Kegiatan ini telah menghasilkan logo, *ebooklet*, *ebrosur*, dan *video* yang akan diunggah ke *instagram* UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang. Kegiatan ini juga menghasilkan *website* berupa *blogspot* dengan nama *blog* yaitu <https://jasminedaster2023.blogspot.com/>. UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang selaku mitra pada kegiatan PKM ini merasa puas dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Pihak mitra berharap bahwa kegiatan pelatihan dan pendampingan tidak berhenti pada materi tentang *internet marketing*, tapi dapat berlanjut untuk materi-materi lain yang dapat mendukung penjualan produk UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang.

Diharapkan UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang terus berlatih mengasah kemampuan, tidak hanya pada saat pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini saja. UMKM diharapkan tetap menerapkan atau menggunakan keterampilan yang telah diperoleh dalam mengelolah media sosial *instagram* dan *website* yang telah dibuat. Pihak UMKM juga secara teratur membuat atau mengunggah status, maupun artikel pada akun media sosial *instagram* dan *website* UMKM Jasmine Collection Kel. Tanjung Rejo, Kecamatan Sukun, Kota Malang.

6. DAFTAR REFERENSI

- Afridhonal, A., & Effendi, E., 2021. Pengembangan Bahan Ajar Elektronik LKPD yang Terintegrasi Jurnal Entalpi Pendidikan Kimia, Tersedia pada <https://www.researchgate.net/publication/352709890>
- Agustian, Firmansyah., 2017. *Pengertian Blog, Blogger, dan Blogspot*, *ilmuti.org* tersedia di <https://docplayer.info/607836> 92-
Pengertian-blog-blogger-dan-blogspot.html
- Ali, Hasan . 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)

- Atmoko, Bambang Dwi., 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, Jakarta, Media Kita.
- Chaffey, Dave; Chadwick, Fiona Ellis; Mayer, Richard; and Johnston, Kevin., 2009. *Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice*, Jakarta, Prentice Hall/Financial Times.
- Fauzi, Ahmad., 2017. *Pemasaran Internasional Pengantar, Teori dan Konsep*, Malang, Empat Dua.
- Iqbal, 2023. *Menjelajahi Potensi Penuh CapCut: Tip dan Trik untuk Pengeditan Tingkat Lanjut dengan Editor APK*, IDMETAFORA, Tersedia pada <https://idmetafora.com/news/read/3266/Menjelajahi-Potensi-PenuhCapCut-Tip-dan-Trik-untuk-Pengeditan-Tingkat-Lanjut-dengan-Editor-APK.html>, diakses 1 Juni 2023.
- Kotler, Philip., Armstrong, Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12., Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Lianovanda, Devi. 2021. *Belajar Internet Marketing: Pengertian, Manfaat, dan Strateginya*, Tersedia pada <https://blog.skillacademy.com/internet-marketing-adalah>, diakses tanggal diakses 1 Juni 2023.
- Setyaningrum, Ari., 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Yogyakarta, CV. AndiOffset