

Digital Marketing untuk UMKM

Muhammad Irfan Ramadhan¹, Indah Respati Kusumasari²

Universitas Pembangunan Nasional^{1, 2}, Kelurahan Ngipik

Email korespondensi: 21042010059@student.upnjatim.ac.id

Abstract

Digital marketing is a promotional activity and market search through online digital media by utilizing various means such as social networks. Cyberspace is now no longer only able to connect people with devices, but also people with others in all corners of the world. The existence of MSMEs is expected to spur the economy amid the current economic slowdown. The utilization of marketing concepts based on digital technology (digital marketing) provides hope for MSMEs to develop into economic powerhouses. MSME actors collaborate on promotional media and digital-based distribution media to get the maximum profit. Currently, almost all MSME businesses or even restaurant and fast food businesses use promotional media and digital marketing-based distribution media. Some businesses that tend to want to survive in offline life actually slowly regress. This type of food and beverage business is the most engaged MSME business by MSME actors and is useful for reducing unemployment in Kelurahan Ngipik Gresik even though it comes from the informal sector which is still not recorded at the Central Statistics Agency.

Keywords: *Digital Marketing; Micro, Small And Medium Enterprises; Technology Digital*

Abstrak

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia. Keberadaan UMKM diharapkan mampu memacu perekonomian di tengah perlambatan ekonomi yang terjadi saat ini. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital (digital marketing) memberikan harapan bagi UMKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi. Pelaku UMKM mengkolaborasikan media promosi dan media distribusi berbasis digital untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya. Saat ini, hampir seluruh usaha UMKM atau bahkan usaha restoran dan makanan cepat saji menggunakan media promosi dan media distribusi berbasis digital marketing. Beberapa usaha yang cenderung ingin bertahan dalam kehidupan offline justru perlahan mengalami kemunduran. Jenis usaha makanan dan minuman menjadi usaha UMKM yang paling banyak digeluti oleh pelaku UMKM dan bermanfaat untuk pengurangan angka pengangguran di Kota Makassar meskipun berasal dari sector informal yang masih belum tercatat di Badan Pusat Statistik.

Kata kunci: Digital Marketing; Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah; Digital Teknologi