

Pendampingan Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Callalily Artisan

Eka Suyanti¹, Eka Wulan Suciati², Ellen Neissella Sahna³, Elvi Fitriani⁴, Yasinta Nirani Sukma⁵

IAIN Kediri

suyantieka989@gmail.com¹, ekawulan0960@gmail.com², ellensahna@gmail.com³, elvifitriani885@gmail.com⁴, yasintaniranisukma@gmail.com⁵

Article Info

Volume 2 Issue 1
Maret 2024

Article History

Submission: 20-12-2023

Revised: 20-03-2024

Accepted: 28-03-2024

Published: 31-03-2024

Keywords:

Digital Marketing, Marketing Strategy, MSMEs, Callalily Artisan, Social Media

Kata Kunci:

Digital Marketing, Strategi Pemasaran, UMKM, Callalily Artisan, Media Sosial



Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

Abstract

This service activity aims to increase Callalily Artisan's competitiveness through optimizing digital marketing strategies. With a focus on utilizing digital platforms, this service aims to help Callalily Artisan MSMEs understand and implement effective digital marketing strategies. The methods used in this service include training, workshops, and direct mentoring. Training includes a basic understanding of digital marketing, the use of social media, SEO, and creating interesting content. Workshops are held for direct practice in creating content and managing digital campaigns. Mentoring is provided to help implement the strategies that have been learned. The results of the service activities showed an increase in participants' understanding of digital marketing and their ability to manage digital campaigns. Additionally, there was increased interaction and engagement on Callalily Artisan's social media platforms, which contributed to increased sales and brand awareness. This activity succeeded in having a positive impact on advancing MSMEs through effective digital marketing strategies.

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing Callalily Artisan melalui optimalisasi strategi pemasaran digital. Dengan fokus pada pemanfaatan platform digital, pengabdian ini bertujuan untuk membantu UMKM Callalily Artisan dalam memahami dan mengimplementasikan strategi digital marketing yang efektif. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini meliputi pelatihan, workshop, dan pendampingan langsung. Pelatihan mencakup pemahaman dasar tentang digital marketing, penggunaan media sosial, SEO, dan pembuatan konten menarik. Workshop diadakan untuk praktik langsung pembuatan konten dan pengelolaan kampanye digital. Pendampingan dilakukan untuk membantu implementasi strategi yang telah dipelajari. Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai digital marketing dan kemampuan mereka dalam mengelola kampanye digital. Selain itu, terdapat peningkatan interaksi dan engagement di platform media sosial Callalily Artisan, yang berkontribusi pada peningkatan penjualan dan kesadaran merek. Kegiatan ini berhasil memberikan dampak positif dalam memajukan UMKM melalui strategi pemasaran digital yang efektif.

1. PENDAHULUAN

Era modern saat ini, perkembangan teknologi digital terus berkembang dengan sangat pesat, bahkan telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk pemasaran dalam dunia ekonomi. Dengan adanya teknologi digital dan kemudahan dalam mengakses internet, masyarakat dapat melakukan berbagai aktivitas, seperti bersosialisasi, berkomunikasi dengan

teman dari jarak jauh, memperoleh informasi, hingga berbelanja secara online. Perkembangan teknologi ini telah merubah cara interaksi dalam komunikasi pemasaran dari tatap muka menjadi berbasis layar. Hal ini menyebabkan peningkatan pengguna internet dan media sosial di Indonesia, yang berdampak langsung pada meningkatnya minat berbelanja secara online (Ni et al., 2023).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. UMKM merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia dan memiliki peran besar dalam membangun pertumbuhan ekonomi (Ni et al., 2023). Dalam operasionalnya, UMKM memerlukan penerapan strategi pemasaran yang efektif untuk mencapai tujuan usaha. Pemasaran adalah serangkaian kegiatan pokok yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan usahanya sehingga dapat berkelanjutan dan menguntungkan (Asrifah et al., 2023). Oleh karena itu, strategi pemasaran memiliki peran penting dalam keberhasilan suatu perusahaan. Strategi pemasaran merupakan salah satu cara utama untuk memenangkan persaingan yang berkelanjutan, baik bagi perusahaan yang memproduksi barang maupun jasa.

Saat ini, dengan berkembangnya teknologi digital, sistem pemasaran telah beralih ke digital atau yang lebih dikenal dengan digital marketing. Digital marketing telah menjadi strategi yang tidak asing lagi bagi pelaku bisnis, termasuk UMKM. Dalam beberapa tahun terakhir, digital marketing menjadi pilihan banyak pelaku UMKM untuk memasarkan produk mereka. Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital yang dilakukan secara online, dengan memanfaatkan berbagai sarana seperti jejaring sosial (Suriyati et al., 2023). The Marketing Association mendefinisikan pemasaran digital sebagai aktivitas, institusi, dan proses yang difasilitasi oleh teknologi digitalisasi yang menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada konsumen dan pihak berkepentingan lainnya.

Callalily Artisan adalah sebuah usaha mikro, kecil, dan menengah yang bergerak di bidang kerajinan dan gift. Dalam era digital saat ini, Callalily Artisan memerlukan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saingnya. Pemanfaatan digital marketing, terutama melalui media sosial, dapat menjadi solusi untuk meningkatkan pemasaran produk Callalily Artisan. Media sosial seperti WhatsApp, Instagram, TikTok, Shopee, Facebook, dan Tokopedia dapat digunakan untuk melakukan komunikasi bisnis, membantu pemasaran produk dan jasa, berkomunikasi dengan pelanggan dan pemasok, melengkapi merk, mengurangi biaya, dan meningkatkan penjualan online (Zunaidi et al., 2022).

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk mengoptimalkan pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pemasaran di Callalily Artisan. Pengabdian ini memberikan analisis mendalam tentang pemanfaatan media sosial untuk kegiatan pemasaran produk dan jasa yang ada di Callalily Artisan. Oleh karena itu, penulis melakukan pendampingan di Callalily Artisan untuk membantu meningkatkan daya saing melalui strategi pemasaran digital.

2. METODE

Metode pengabdian yang digunakan dalam kegiatan "Pendampingan Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Callalily Artisan" melibatkan beberapa langkah strategis yang dirancang untuk memastikan optimalisasi penggunaan digital marketing.

Pertama, dilakukan asesmen awal untuk memahami kondisi dan kebutuhan Callalily Artisan. Ini mencakup analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) terhadap strategi pemasaran yang telah berjalan, termasuk penggunaan media sosial dan platform digital lainnya (Zunaidi, 2024b).

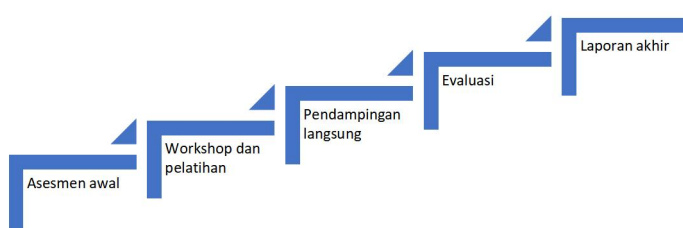
Kedua, dilaksanakan workshop dan pelatihan intensif mengenai digital marketing yang mencakup berbagai topik, seperti penggunaan media sosial untuk pemasaran, teknik SEO (*Search Engine Optimization*), manajemen konten, dan strategi iklan digital. Workshop ini dirancang interaktif dengan sesi tanya jawab dan praktik langsung agar peserta dapat langsung menerapkan pengetahuan yang diperoleh.

Ketiga, mahasiswa dan pendamping melakukan pendampingan langsung dengan memberikan bimbingan secara personal kepada Ibu Ika Anita Sari, pemilik Callalily Artisan. Pendampingan ini melibatkan pembuatan konten pemasaran, pengelolaan akun media sosial, serta strategi kampanye digital. Dalam tahap ini, mahasiswa juga membantu mengoptimalkan profil media sosial dan e-commerce Callalily Artisan untuk meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan pelanggan.

Keempat, dilakukan evaluasi berkala untuk mengukur efektivitas strategi digital marketing yang telah diterapkan. Evaluasi ini menggunakan berbagai alat analitik digital untuk memonitor kinerja kampanye pemasaran, termasuk metrik seperti engagement rate, conversion rate, dan traffic situs web.

Terakhir, disusun laporan akhir yang mencakup hasil dari seluruh proses pendampingan, analisis data, serta rekomendasi untuk strategi pemasaran berkelanjutan. Laporan ini juga akan dibahas bersama dengan Ibu Ika Anita Sari untuk memastikan pemahaman yang komprehensif dan implementasi yang berkelanjutan dari strategi yang telah disusun.

Metode ini dirancang tidak hanya untuk memberikan pengetahuan teoritis tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diaplikasikan untuk meningkatkan daya saing Callalily Artisan melalui digital marketing.



Gambar 1. Bagan proses pengabdian

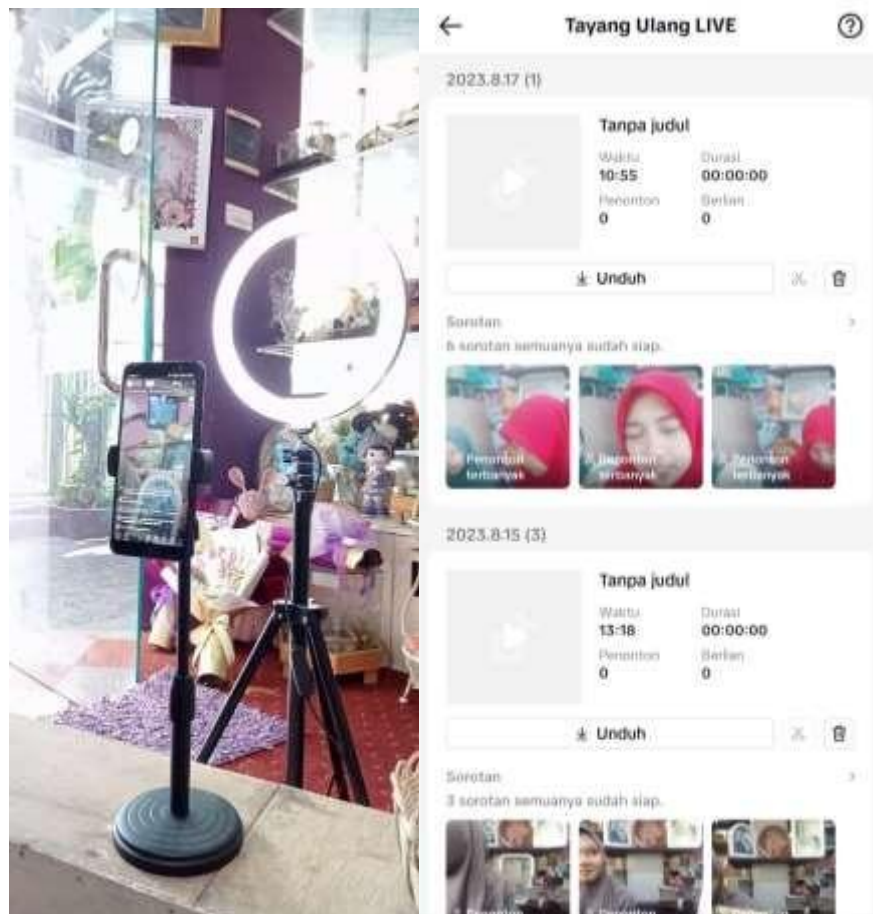
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam era modern ini, perkembangan teknologi digital telah merambah hampir semua aspek kehidupan, termasuk pemasaran dalam dunia ekonomi. Teknologi digital dan kemudahan akses internet telah mengubah cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan bahkan berbelanja. Hal ini membawa perubahan signifikan dalam strategi pemasaran, dari metode tradisional menjadi pemasaran digital. Menurut Arfan dan Ali Hasan (2022), peningkatan pengguna internet dan media sosial di Indonesia telah berdampak besar pada minat berbelanja secara online. Melihat fenomena ini, pengabdian dengan judul

"Pendampingan Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Callalily Artisan" menjadi sangat relevan dan penting. Callalily Artisan, sebuah UMKM yang bergerak di bidang kerajinan dan hadiah, membutuhkan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing dan mencapai pasar yang lebih luas.

Kegiatan pengabdian dimulai dengan langkah penting yaitu melakukan asesmen awal terhadap kondisi dan kebutuhan yang dihadapi oleh Callalily Artisan. Dalam asesmen ini, dilakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam strategi pemasaran mereka saat ini. Meskipun Callalily Artisan memiliki produk yang unik dan berkualitas, namun kurangnya pemahaman dan penerapan digital marketing menjadi kendala dalam menjangkau pelanggan potensial. Hasil asesmen ini menjadi dasar untuk merancang program workshop dan pelatihan intensif.

Program workshop dan pelatihan tersebut didesain untuk mencakup berbagai topik penting dalam digital marketing, seperti penggunaan media sosial, teknik SEO, manajemen konten, dan strategi iklan digital (Rahmawati et al., 2023). Workshop ini dipersiapkan secara interaktif, memungkinkan peserta untuk belajar secara langsung melalui sesi tanya jawab dan praktik. Dengan pendekatan ini, diharapkan peserta dapat memahami konsep-konsep dasar digital marketing dan mampu mengimplementasikannya dalam strategi pemasaran mereka dengan lebih efektif (Zunaidi, 2024a).

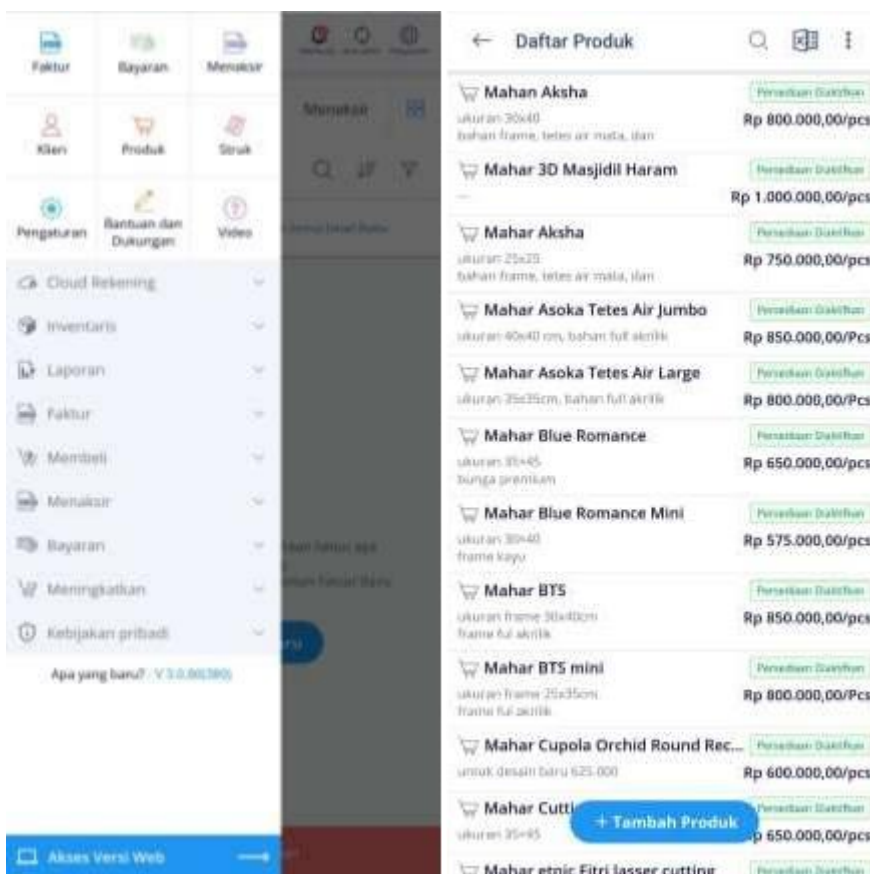


Gambar 2. Kegiatan live Tik-Tok dan Instagram Callalily Artisan

Partisipasi aktif dari pemilik Callalily Artisan dan tim pengabdian menjadi kunci kesuksesan program ini. Selama workshop, diskusi dan kolaborasi antara peserta dan fasilitator berlangsung secara intensif, memungkinkan adanya pertukaran ide dan pengalaman yang berharga. Dengan demikian, peserta tidak hanya mendapatkan pemahaman teoritis tentang

digital marketing, tetapi juga mendapatkan wawasan praktis yang dapat mereka terapkan langsung dalam bisnis mereka (Zunaidi, Maghfiroh, & Azmi, 2024).

Melalui pendekatan ini, diharapkan Callalily Artisant dapat mengatasi keterbatasan dalam strategi pemasaran mereka dan meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan pengetahuan dan keterampilan baru yang diperoleh melalui program ini, diharapkan Callalily Artisant dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan mengoptimalkan pemanfaatan digital marketing untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan (Khoiriyah et al., 2024)



Gambar 3. Pemasangan aplikasi faktur dan penerimaan invoice

Selama pelatihan, mahasiswa dan pendamping memberikan bimbingan personal kepada Ibu Ika Anita Sari, pemilik Callalily Artisant. Pendampingan ini melibatkan pembuatan konten pemasaran, pengelolaan akun media sosial, serta strategi kampanye digital yang terfokus. Pendekatan ini didasarkan pada teori pemasaran digital yang menyatakan bahwa kehadiran yang kuat di media sosial dapat meningkatkan visibilitas dan engagement, yang pada gilirannya dapat meningkatkan konversi penjualan (Zunaidi, Maghfiroh, & Setiawan, 2024). Melalui pendampingan ini, Callalily Artisant berhasil mengoptimalkan profil media sosial dan platform e-commerce mereka, sehingga mampu menarik lebih banyak perhatian dari pelanggan potensial.

Evaluasi berkala dilakukan untuk mengukur efektivitas strategi yang diterapkan. Menggunakan berbagai alat analitik digital, seperti Google Analytics dan Facebook Insights, kinerja kampanye pemasaran dipantau secara real-time. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam metrik digital, termasuk engagement rate, conversion rate, dan traffic situs web (Khoiriyah et al., 2024). Misalnya, jumlah pengikut di akun Instagram Callalily Artisant meningkat hingga 50%, dan tingkat interaksi di platform tersebut mengalami

peningkatan yang serupa. Selain itu, strategi SEO yang diterapkan juga berhasil meningkatkan visibilitas situs web mereka di mesin pencari, yang secara langsung berdampak pada peningkatan penjualan online.

Kegiatan pengabdian ini membuktikan bahwa penerapan strategi digital marketing yang tepat dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi UMKM. Sebagaimana dikemukakan oleh Winarti (2021), media sosial dan platform digital lainnya merupakan alat yang sangat efektif dalam kegiatan pemasaran di era digital ini. Melalui program pendampingan ini, Callalily Artisan tidak hanya berhasil meningkatkan daya saingnya, tetapi juga memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru yang akan membantu mereka berkembang lebih jauh di masa depan (Nugraha et al., 2023). Dengan demikian, tujuan pengabdian untuk mengoptimalkan pemanfaatan digital marketing di Callalily Artisan berhasil dicapai dengan baik, memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan pengabdian untuk meningkatkan daya saing Callalily Artisan melalui pendampingan strategi pemasaran digital, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil dilaksanakan. Melalui program workshop dan pelatihan intensif mengenai digital marketing, Callalily Artisan dan tim pengabdian berhasil memberikan pemahaman dan keterampilan baru kepada pemilik usaha dan timnya. Peserta dapat memperoleh pengetahuan tentang konsep dasar digital marketing serta mampu mengimplementasikannya dalam strategi pemasaran mereka. Partisipasi aktif dalam workshop dan diskusi antara peserta dan fasilitator juga menunjukkan kesuksesan program ini dalam membangun pemahaman yang mendalam tentang digital marketing. Dengan demikian, meskipun tantangan dalam strategi pemasaran digital awalnya dihadapi, pendekatan ini membantu Callalily Artisan untuk mengatasi keterbatasan tersebut dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pendampingan strategi pemasaran digital telah berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan daya saing Callalily Artisan. Kesuksesan ini memberikan harapan untuk pertumbuhan bisnis yang lebih baik dan berkelanjutan di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asrifah, M. N., Prameswari, R. E., & ... (2023). Pengembangan Pemasaran Batik Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di UMKM Batik Art And Gallery Lochatara. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 424-430. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/430><https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/download/430/356>
- Khoiriyah, I. F., Aini, I. N., Triyani, I. D., Ferninda, I., & Kediri, I. (2024). *Memfaatkan Platform Digital: Pendampingan Strategi Pemasaran Live Streaming TikTok untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Chocolazo Indonesia Kota Kediri*. 2(1), 94-100.
- Ni, H., Ulya, M., Indriani, F., Trisna Nurhayati, I., & Dwi Rahayu, L. (2023). Penerapan Digital Marketing Dalam Mendukung Kegiatan Pemasaran Produk UMKM Masyarakat Bekare.

Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(4), 60-65.
<https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare>

- Nugraha, B. B., Khasanah, D. U., Rafif, M., Alip, R., Fadilah, N., & Kediri, I. (2023). *Pendampingan Pemasaran Digital Pada UMKM Konveksi Aura Desa Kayenlor Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri*. 1(2), 235-241.
- Rahmawati, S., Wahyuni, A., Mustofa, M., & Kediri, I. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran dalam Meningkatkan Perekonomian di Sektor Budidaya Ikan Desa Canggal*. 1(4).
- Suriyati, Putri, F. T. ., & Irmayanti. (2023). Pendampingan Strategi Pemasaran secara Online pada Home Industry Rengginang di Desa Padaelo, Kajuara, Bone, Sulawesi Selatan. *Welfare Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 56-61.
- Zunaidi, A. (2024a). *BERKAH FILANTROPI DI TENGAH TURBULENSI EKONOMI Peran Aksi Filantropi Gusdurian Peduli dalam Penanggulangan Turbulensi Ekonomi Masyarakat Terdampak COVID-19*. PT Mafy Media Literasi Indonesia.
<http://repository.iainkediri.ac.id/id/eprint/1031>
- Zunaidi, A. (2024b). *METODOLOGI PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*. Yayasan Putra Adi Dharma.
<http://repository.iainkediri.ac.id/id/eprint/1030>
- Zunaidi, A., Fauza, N., Zainuddin, M., Mushlihin, I. A., & Mutafarida, B. (2022). Training for MSME Development in an Effort to Improve Professional MSME Business Financial Governance. *The 4th International Conference on University Community Engagement (ICON-UCE 2022)*.
- Zunaidi, A., Maghfiroh, F. L., & Azmi, N. A. M. (2024). The Role of Gusdurian Peduli's Philanthropic Actions in Overcoming the Economic Turbulence of Communities Affected by COVID-19. *TSAQAFAH*, 20(1).
- Zunaidi, A., Maghfiroh, F. L., & Setiawan, F. (2024). Empowering Local Communities through Zakat to Achieve Sustainable Development Goals. *IQTISHODUNA*, 20(1), 53-54.