

Abstrak

Teknologi saat ini terus berkembang dan manfaat penggunaan internet terasa bagi para pemakainya. Beberapa orang merasa ketergantungan dengan adanya internet, termasuk aktivitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM) dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya khususnya pada era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Tujuan penelitian ini secara umum mendeskripsikan upaya peningkatan kemampuan digital marketing melalui pemanfaatan sosial media pada pelaku UMKM di Desa Banjar Rejo Kabupaten Lampung Timur. Penelitian ini berjenis kualitatif, yang menggabungkan metode wawancara, observasi dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM di Desa Banjar Rejo Kabupaten Lampung Timur. Dari hasil penelitian diketahui bahwa digital marketing memudahkan pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan awareness dan meningkatkan penjualan bagi pelaku UKM.

Media sosial berpotensi untuk membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produknya. Hadirnya beragam platform belanja online (digital) menjadi pasar potensial bagi siapa saja khususnya para pelaku UMKM untuk ikut berkecimpung sehingga mampu secara maksimal memasuki dunia digital tersebut. Hampir semua platform tersebut basisnya adalah internet, bahkan media sosial yang saat ini hampir digunakan masyarakat Indonesia dimanfaatkan untuk berjualan atau memasarkan produk, jasa dan layanan. Pemanfaatan digital marketing bagi pelaku UMKM melalui pelatihan dengan tahapan, pertama: riset dilakukan di Desa Banjar Rejo Kabupaten Lampung Timur, kedua: Sosialisasi melalui kerjasama dengan Kelurahan Desa Banjar Rejo Kabupaten Lampung Timur. Untuk menajalankan sosialisasi ini digunakan metode ceramah, diskusi dan praktek. Sosialisasi dilakukan untuk memberikan pemahaman konsep digital, media sosial dan manfaat penggunaan media sosial. Pendampingan pengelolaan digital marketing, baik di bidang keuangan maupun pengelolaan usaha. Selain itu pendampingan juga dilakukan guna meningkatkan kemampuan teknis untuk konten: WhatsApp Business, Instagram dan Facebook.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, UMKM, Sosial Media