DIMASEKA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat
Volume 2 No 2 Oktober 2024, E-ISSN: 3026-3123
https://journals.unikal.ac.id/index.php/dimaseka

PENDAMPINGAN MEMBUAT DIGITAL MARKETING UNTUK PELAKU UMKM SUGI ORNAMEN

Mohamad Shodikur Rifqi[1], Aditya Pamungkas[2], Diana Khairuna[3], Kirana Zullfa Kamila[4], Diani Syahrani[5], Ari Muhardono[6]
[1,2]Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pekalongan
e-mail : **ornamensugi@gmail.com**

ABSTRAK

Pendampingan bisnis digital ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan UMKM Ornamen Sugi dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran dan pengembangan bisnis. Pendampingan ini difokuskan pada pengembangan website, pengelolaan media sosial, dan strategi penjualan online melalui platform e-commerce. Metode pendampingan yang digunakan meliputi pelatihan teori dan praktik langsung, serta pendampingan berkelanjutan.Hasil pendampingan ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan, jangkauan pasar, dan daya saing UMKM Ornamen Sugi di era digital. Evaluasi lebih lanjut diperlukan untuk mengukur dampak jangka panjang dari pendampingan ini.

Kata Kunci : *Ornamen, UMKM, Pemasaran Digital, Website, Bisnis Digital, E-commerce.*

PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, dunia yang diiringi oleh perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat membuat Internet menjadi salah satu teknologi komunikasi dan informasi yang menjadi sumber kebutuhan manusia saat ini. Dampak dari kebutuhan penggunaan Internet ini pun tidak lepas pada sisi bisnis yang digunakan untuk memasarkan produk-produk dari segala sektor dalam bentuk online. Kompetitor dalam dunia bisnis menjadi suatu alasan bagi para pelaku bisnis untuk membuat produk-produknya menjadi lebih unggul dari pesaingnya.

Dengan adanya teknologi informasi dalam pemasaran bersifat *online* akan mendorong suatu peningkatan kualitas dalam kehidupan di era ini. Akses yang mudah dengan jangkauan yang luas mampu membuat setiap kalangan melakukan kegiatan secara online. Salah satu strategi yang sedang berkembang dan di favoritkan oleh para pebisnis di era ini adalah pemasaran produk melalui media Internet, khususnya Website yang menjadi suatu pendukung baik dari segi proses pemasaran hingga penyebaran informasi perusahaan kepada masyarakat dengan cepat dan mudah guna mengefisiensikan biaya pemasaran. Bisnis digital telah mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan meningkatnya pengguna internet dan kemajuan teknologi informasi. Pada tahun 2020, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 175,4 juta, menciptakan peluang besar bagi bisnis berbasis digital. Digital marketing menjadi kunci bagi pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara efektif melalui *platform online*, terutama setelah pandemi COVID-19 yang mengubah perilaku belanja masyarakat. Dengan memanfaatkan media sosial dan e-commerce, bisnis digital tidak hanya meningkatkan efisiensi pemasaran tetapi juga memperluas jangkauan pasar, menjadikannya pilihan strategis bagi para pengusaha di era modern ini.

Di era digital saat ini, bisnis ornamen telah mengalami transformasi yang signifikan. Platform online telah membuka peluang baru bagi para pengrajin dan pengusaha ornamen

untuk menjangkau pasar yang lebih luas, melampaui batasan geografis. Konsumen kini dapat dengan mudah menemukan dan membeli ornamen dari berbagai belahan dunia melalui situs web dan *marketplace online*. Perkembangan teknologi juga telah menghadirkan berbagai alat dan teknik baru dalam pembuatan ornamen. Percetakan 3D, misalnya, memungkinkan para desainer untuk menciptakan ornamen dengan bentuk dan desain yang kompleks dengan tingkat presisi yang tinggi. Penggunaan bahan-bahan baru seperti resin dan logam ringan juga telah membuka peluang bagi para pengrajin untuk bereksperimen dengan desain dan tekstur yang inovatif.

Peningkatan minat masyarakat terhadap desain interior dan dekorasi rumah juga telah mendorong pertumbuhan bisnis ornamen. Konsumen semakin sadar akan pentingnya menciptakan suasana yang nyaman dan estetis di dalam rumah mereka. Ornamen, sebagai elemen dekoratif yang dapat menambahkan sentuhan personal dan keunikan, menjadi pilihan yang populer bagi mereka yang ingin memperindah ruangan mereka. Namun, di balik peluang yang menjanjikan, bisnis ornamen juga menghadapi beberapa tantangan. Persaingan di pasar online semakin ketat, dengan banyaknya penjual yang menawarkan berbagai macam produk dan desain. Konsumen juga semakin kritis dalam memilih ornamen, menuntut kualitas dan desain yang unik dan inovatif. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk mengembangkan strategi bisnis yang efektif untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada di era digital.

Ornamen dinding merupakan objek atau desain yang dipasang pada dinding untuk tujuan dekoratif. Secara sederhana, ornamen dinding adalah segala bentuk hiasan yang dapat mempercantik tampilan dinding, baik berupa objek tiga dimensi seperti patung, vas, atau cermin, maupun desain dua dimensi seperti lukisan, wallpaper, atau stiker dinding.

Ornamen sendiri berasal dari kata "ornare" dalam bahasa Latin yang berarti "melengkapi" atau "menghias". Penggunaan ornamen dalam arsitektur dan seni terapan telah ada sejak zaman kuno, dengan berbagai budaya mengembangkan gaya dan motif yang unik. Misalnya, budaya Mesir kuno menghiasi bangunan mereka dengan gambar papirus dan pohon palem. Ornamen dinding memainkan peran penting dalam menciptakan suasana dan estetika suatu ruangan. Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi digital printing telah merevolusi cara orang mendekorasi dinding, menawarkan berbagai pilihan yang lebih fleksibel dan personal. Dengan kemampuan untuk mencetak desain kustom, ornamen dinding kini tidak hanya terbatas pada wallpaper tradisional, tetapi juga mencakup stiker dinding, mural, dan lukisan digital yang dapat disesuaikan dengan selera individu.

Permintaan akan ornamen dinding yang unik semakin meningkat seiring dengan tren desain interior yang terus berubah. Masyarakat kini lebih memilih dekorasi yang mencerminkan identitas pribadi dan gaya hidup mereka. Hal ini mendorong inovasi dalam desain ornamen dinding, dari pola geometris hingga ilustrasi artistik yang kompleks. Selain itu, tren minimalis dan penggunaan warna-warna alami juga mempengaruhi pilihan ornamen dinding, menjadikannya sebagai elemen penting dalam menciptakan ruang yang nyaman dan menarik.

Dalam konteks bisnis, industri ornamen dinding menawarkan peluang besar bagi para pengusaha untuk menjangkau pasar yang luas. Dengan memanfaatkan teknologi digital, mereka dapat menawarkan produk yang lebih bervariasi dan berkualitas tinggi dengan biaya produksi yang lebih rendah. Seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya lingkungan hidup, banyak konsumen juga mencari produk dekorasi yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Secara keseluruhan, ornamen dinding tidak hanya berfungsi sebagai elemen dekoratif, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan kreativitas dan kepribadian penghuni ruang. Dengan terus berkembangnya teknologi dan tren desain, masa depan

ornamen dinding menjanjikan inovasi dan keberagaman yang lebih besar dalam dunia dekorasi interior.

METODE

Metode Pelatihan dan Pendampingan membuat digital marketing pada UMKM Ornamen Sugi sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan
   a) Identifikasi Permasalahan UMKM Ornamen
      Pada tahapan ini kami melakukan observasi dan wawancara kepada bapak Sugiyanto terkait permasalahan-permasalahan yang dihadapi UMKM Ornamen pada situasi bisnis saat ini.
      Beliau menyampaikan bahwa kurangnya bisnis ornamen tersebut belum berkembang selain itu alat-alat yang membuat ornamennya susah untuk dicari mengakibatkan omset penjualan di UMKM Ornamen belum meningkat.



Gambar 1. Pertemuan dengan Bapak Sugiyanto untuk menggali permasalahan seputar UMKM Ornamen

   b) Analisis Kebutuhan untuk mengatasi permasalahan yang dialami oleh bapak Sugiyanto selaku pemilik usaha Ornamen tersebut. Berdasarkan Identifikasi Permasalahan, maka yang dibutuhkan UMKM adalah Pelatihan dan Pendampingan tentang Digital Marketing.
2. Tahap Pelaksanaan
   Pembuatan *Digital Marketing* dilaksanakan bertempat di desa Menguneng Warungasem Kabupaten Batang. Berikut adalah tahap pelaksaan Digital Marketing pada Sugi Ornamen

Tabel 1. Tahap Pelaksanaan Kegiatan Sugi Ornamen

No	Tahap Pelaksaan	Hari/Tanggal
1.	Wawancara UMKM Ornamen	Minggu,20 Oktober 2024
2.	Membuat Website	Senin,21 Oktober 2024
3.	Membuat Sosial Media	Selasa,12 November 2024
4.	Membuat Ornamen	Minggu,24 November 2024
5.	Mempromosikan Bisnis Ornamen	Minggu,24 November 2024
6.	Membuat Marketplace	Minggu,15 Desember 2024
7.	Membuat Packingan	Minggu,15 Desember 2024

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa pendampingan digital marketing memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM Sugi Ornamen :

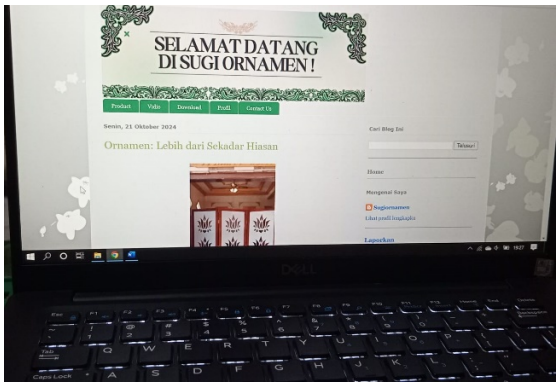
1. **Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan :** Pelaku usaha UMKM ini mengalami peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang konsep dasar digital marketing, seperti strategi konten,website,media sosial.
2. **Peningkatan Aktivitas Digital Marketing :** Terjadi peningkatan jumlah postingan di media sosial,interaksi dengan pelanggan,dan kunjungan website Sugi Ornamen setelah pendampingan.
3. **Peningkatan Penjualan :** Terdapat peningkatan penjualan produk Sugi Ornamen setelah pendampingan, meskipun belum terlalu banyak.



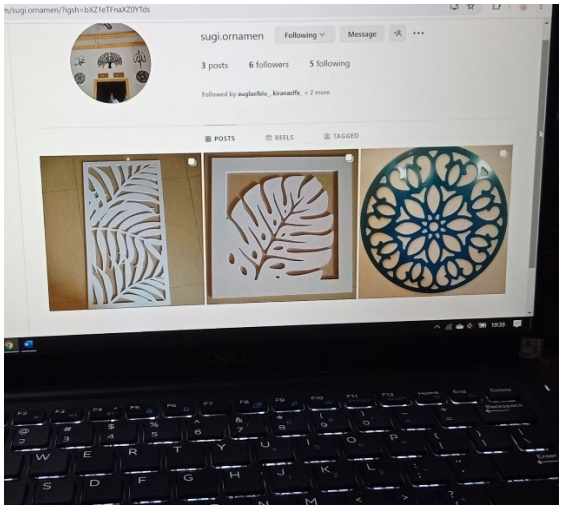
Gambar 2. Pendampingan UMKM Sugi Ornamen untuk pembuatan digital marketing

Selain itu,berdasarkan dari hasil dan pembahasan, ada beberapa saran yang bisa dapat diberikan untuk meningkatkan efektivitas program pendampingan digital marketing bagi UMKM Ornamen sugi di masa depan:

1. Perlu dilakukan pendampingan yang lebih intensif dan berkelanjutan untuk membantu peserta mengatasi kesulitan dalam mengelola akun media sosial dan membuat konten.
2. Diperlukan penyediaan alat bantu *digital marketing*, seperti *software* analisis data dan *template* konten, untuk memudahkan peserta dalam menjalankan strategi *digital marketing*.
3. Perlu diadakan pelatihan lanjutan yang lebih fokus pada aspek-aspek tertentu dari *digital marketing*, seperti strategi iklan *online* dan analisis data.
4. Membangun komunitas *online* bagi para pelaku UMKM untuk saling bertukar informasi dan pengalaman dalam menjalankan strategi *digital marketing*.
5. Menjalin kerjasama dengan *platform digital*, seperti *marketplace* dan *platform* media sosial, untuk memperluas jangkauan pasar.
6. Melakukan pemantauan dan evaluasi secara berkala untuk mengukur efektivitas strategi *digital marketing* dan melakukan penyesuaian yang diperlukan.



Gambar 3. Pembuatan website untuk digital marketing bagi pelaku UMKM Sugi Ornamen



Gambar 4. Pembuatan Media Sosial untuk digital marketing bagi pelaku UMKM Sugi Ornamen

Pendampingan Digital Marketing bagi pelaku UMKM Sugi Ornamen telah memberikan hasil positif, namun perlu dilakukan upaya lanjutan untuk mengatasi tantangan dan meningkatkan efektivitas strategi digital marketing. Digital Marketing dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan membangun brand UMKM di pasar digital.

KESIMPULAN

Pendampingan dalam pembuatan digital marketing untuk pelaku UMKM Sugi Ornamen adalah bahwa penerapan strategi digital marketing yang tepat dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan visibilitas, *brand awareness*, dan penjualan produk UMKM. Melalui pendampingan ini, pelaku UMKM berhasil memahami pentingnya penggunaan media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), serta pembuatan konten yang menarik dan relevan untuk audiens. Dengan memanfaatkan *platform* digital, seperti Instagram, Facebook, dan website. UMKM Sugi Ornamen mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam, serta memperoleh *feedback* langsung dari konsumen. Selain itu,

pendampingan ini juga membantu pelaku UMKM untuk mengelola iklan berbayar dan mengukur efektivitas strategi yang dijalankan. Meskipun tantangan seperti keterbatasan sumber daya dan pemahaman teknologi masih ada, pelaku UMKM menunjukkan antusiasme dan komitmen yang tinggi untuk terus mengembangkan kemampuan digital mereka. Oleh karena itu, digital marketing menjadi alat yang sangat efektif bagi UMKM untuk berkembang di era digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Aurelia Widya Astuti , Sayudin , Azka Muharam. "PERKEMBANGAN BISNIS DI ERA DIGITAL." JMI (Jurnal Multidisiplin Indonesia), vol. 2 Nomor, September 2023, hlm. 2787–92, https://jmi.rivierapublishing.id/index.php/rp.

Dr. Ir. Agus Wibowo, M.Kom, M.Si, MM. BISNIS DIGITAL (ALGORITMA BISNIS, KOMPUTASI AWAN DAN DATA TEKNIK). Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja sama dengan Universitas Sains & Teknologi Komputer (Universitas STEKOM).

Hanif Sri Yulianto. "Arti Ornamen beserta Fungsi dan Motifnya." Bola.com, 12 Juli 2023, https://www.bola.com/ragam/read/5342528/arti-ornamen-beserta-fungsi-dan-motifnya.

Heri Hermanto. "KESINAMBUNGAN BENTUK ORNAMEN PADA MASJID LANGGAR DALEM, LANGGAR BUBRAH, DAN MASJID MENARA KUDUS JAWA TENGAH." Jurnal Ilmiah Arsitektur, vol. 14 Nomer 1, 2024, hlm. 75–81.

Hery Suhersono (2006). Desain Bordir Motif Etnik Geometris. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Ilham fikriansyah. "Bisnis Digital: Pengertian, Kelebihan, Jenis-jenis, dan Contohnya." detikedu, 19 Februari 2024, https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7199043/bisnis-digital-pengertian-kelebihan-jenis-jenis-dan-contohnya.

Reggina Wike Anjani. "Implementasi Digital Marketing Dalam Mengembangkan Strategi Bisnis Digital Di Era Transformasi Digital." INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research, vol. Vol. 1 No. 1 (2024), hlm. Hal 29-40, https://doi.org/https://doi.org/10.61166/interdisiplin.v1i1.4.

Rendy Prayogi. "ANALISIS ORNAMEN PADA BANGUNAN MASJID AL OSMANI MEDAN." Jurnal Proporsi, vol. Vol. 5 No. 2, Mei 2020, hlm. 217-226.

Siti Indah Lestari, Ivo Ramadhani , Joko Bintarto , Afifah Salma. "Pengenalan dan Pembuatan Ornamen Sebagai Bentuk Pembelajaran Sejarah dan Kebudayaan." Jurnal SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat), vol. 12 No. 1, Maret 2023, hlm. 84–90, https://doi.org/https://doi.org/10.20961/semar.v12i1.62340.

Yudi Wibowo. "SEJARAH DAN EKSISTENSI ORNAMEN TRADISIONAL KINI." Jurnal Kemadha, vol. 11 No. 2, hlm. 119–29.