

Pendampingan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Jangkauan Pasar pada UMKM Songket Fikri Palembang

Weni Susanti ¹⁾, Suharti ²⁾, HermanEfrizal ³⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tridianti, Palembang, Sumatera Selatan

Email koresponden: suharti@univ-tridianti.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi mendorong UMKM untuk memanfaatkan pemasaran digital guna meningkatkan daya saing usaha. Namun, Songket Fikri sebagai salah satu UMKM pengrajin songket di Kota Palembang masih menghadapi kendala dalam pemanfaatan media digital sehingga pemasaran produk belum optimal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kemampuan pemasaran digital mitra melalui pelatihan dan pendampingan.

Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, pelatihan, dan pendampingan terkait optimalisasi media sosial, pembuatan konten promosi, fotografi produk, serta penyusunan strategi pemasaran digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam memanfaatkan media digital untuk promosi produk. Mitra mampu mengelola media sosial secara lebih efektif dan menghasilkan konten pemasaran yang lebih menarik.

Kegiatan ini memberikan kontribusi positif dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing usaha, serta mendukung pelestarian dan promosi songket Palembang melalui media digital.

Kata kunci: pemasaran digital, UMKM, songket Palembang, media sosial, pendampingan

Abstract

The development of information technology has encouraged Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to utilize digital marketing in order to enhance their business competitiveness. However, Songket Fikri, a traditional songket weaving MSME in Palembang City, still faces challenges in utilizing digital media, resulting in suboptimal product marketing.

This community service program aimed to improve the partner's digital marketing capabilities through training and mentoring activities.

The methods employed included observation, interviews, training, and mentoring related to social media optimization, promotional content creation, product photography, and the development of digital marketing strategies. The results indicated an improvement in the partner's knowledge and skills in utilizing digital media for product promotion. The partner became more capable of managing social media effectively and creating more attractive marketing content.

This program contributed positively to expanding market reach, enhancing business competitiveness, and supporting the preservation and promotion of Palembang songket through digital media.

Keywords: digital marketing, MSMEs, Palembang songket, social media, mentoring.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam dunia bisnis, khususnya dalam aspek pemasaran. Pemasaran digital menjadi salah satu strategi penting yang dapat membantu pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam memperluas jangkauan pasar. Menurut Paransa (2024), pemasaran digital mampu meningkatkan visibilitas usaha, memperluas akses pasar, serta mendukung pertumbuhan UMKM melalui pemanfaatan berbagai platform digital. Sejalan dengan hal tersebut, Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2021) menjelaskan bahwa pemasaran digital merupakan bagian dari transformasi pemasaran modern yang memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan komunikasi yang lebih efektif, interaktif, dan berkelanjutan antara perusahaan dan konsumen. Melalui pemasaran digital, pelaku usaha dapat menjangkau konsumen secara lebih luas dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan pemasaran konvensional.

Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia sangat strategis. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2023), UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja

di Indonesia. Meskipun demikian, tingkat adopsi teknologi digital pada UMKM masih belum optimal sehingga diperlukan berbagai upaya untuk meningkatkan literasi dan kapasitas digital pelaku usaha agar mampu bersaing di era ekonomi digital.

Songket merupakan salah satu warisan budaya khas Palembang yang memiliki nilai seni tinggi dan potensi ekonomi yang besar. Selain berfungsi sebagai produk budaya, songket juga memiliki nilai ekonomi yang dapat mendukung pengembangan industri kreatif daerah. Namun, banyak pelaku usaha songket yang masih mengandalkan metode pemasaran konvensional sehingga peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas belum dimanfaatkan secara optimal. Hananto et al. (2024) menjelaskan bahwa penggunaan digital marketing memungkinkan produk UMKM dikenal oleh lebih banyak konsumen dan berpeluang memperluas pasar yang telah ada. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital menjadi kebutuhan penting bagi pengrajin songket untuk meningkatkan daya saing produk di pasar nasional maupun internasional.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) seperti Songket Fikri yang beralamat di Jl. Ki Ranga Wirasantika, 30 Ilir Barat II, Kota Palembang, Sumatera Selatan, memiliki potensi ekonomi, seni, dan budaya yang besar. Songket sebagai produk budaya khas Palembang memiliki pasar potensial baik domestik maupun internasional. Akan tetapi, di era digital saat ini banyak pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Menurut Asyiffa, Rozak, dan Hadi (2024), rendahnya literasi digital dan keterbatasan pemanfaatan media digital menjadi salah satu hambatan UMKM dalam meningkatkan daya saing di tengah transformasi digital. Kondisi tersebut menyebabkan promosi produk belum berjalan secara optimal sehingga peluang peningkatan penjualan dan perluasan pasar belum dapat dimanfaatkan secara maksimal.

Songket Fikri sebagai salah satu UMKM di Palembang menghadapi tantangan dalam memasarkan produknya secara digital. Oleh sebab itu, dilakukan pendampingan peningkatan kemampuan pemasaran digital pada Songket Fikri sebagai upaya membantu mitra dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra mengenai pemasaran digital sehingga diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan citra produk, dan meningkatkan penjualan. Oktawiranti (2024) menyatakan bahwa pelatihan dan pendampingan pemasaran digital mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk

memperkuat daya saing usaha. Dengan adanya pendampingan ini, diharapkan Songket Fikri dapat mengoptimalkan pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran sekaligus memperkenalkan warisan budaya songket Palembang kepada masyarakat yang lebih luas.

METODE PELAKSANAAN

Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai kondisi UMKM Songket Fikri, baik dari aspek produksi, pemasaran, maupun pengelolaan usaha. Pendekatan kualitatif dinilai efektif dalam menggali permasalahan UMKM secara komprehensif dan kontekstual (Sugiyono, 2021). Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu :

1. Observasi dengan cara mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan mitra.
2. Pelatihan : Memberikan materi tentang pemasaran digital, penggunaan media sosial, dan marketplace.
3. Pendampingan : Membantu mitra dalam membuat akun, konten promosi, dan strategi pemasaran .
4. Evaluasi : Mengukur hasil implementasi dan memberikan umpan balik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL KEGIATAN

Kegiatan pendampingan pemasaran digital dilaksanakan pada UMKM Songket Fikri yang berlokasi di Jalan Ki Ranga Wirasantika, Kelurahan 30 Ilir, Kecamatan Ilir Barat II, Kota Palembang. Kegiatan ini difokuskan pada peningkatan kemampuan mitra dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk songket.

Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan pemilik usaha, ditemukan beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh Songket Fikri, yaitu:

1. Promosi produk masih dilakukan secara konvensional melalui pelanggan tetap, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan penjualan langsung di lokasi usaha.

2. Akun media sosial yang dimiliki belum dimanfaatkan secara optimal untuk kegiatan pemasaran.
3. Konten promosi yang diunggah masih terbatas dan belum dilakukan secara rutin.
4. Foto produk yang digunakan untuk promosi belum menampilkan keunggulan dan detail motif songket secara maksimal.
5. Mitra belum memahami penggunaan fitur-fitur pemasaran digital seperti hashtag, reels, story, dan katalog produk digital.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tim pengabdian melaksanakan beberapa kegiatan pendampingan, yaitu:

1. Pelatihan Dasar Pemasaran Digital

Mitra diberikan pemahaman mengenai pentingnya pemasaran digital bagi pengembangan UMKM, khususnya dalam memperluas jangkauan pasar tanpa batas geografis. Materi yang diberikan meliputi:

- Konsep digital marketing.
- Peran media sosial dalam pemasaran produk.
- Strategi membangun branding usaha.
- Teknik meningkatkan interaksi dengan pelanggan secara online.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra mulai memahami pentingnya transformasi pemasaran dari metode konvensional menuju pemasaran berbasis digital.

2. Pendampingan Optimalisasi Media Sosial

Tim membantu mitra mengoptimalkan akun media sosial usaha sebagai media promosi. Pendampingan meliputi:

- Penyusunan profil usaha yang lebih informatif.
- Penambahan informasi kontak dan lokasi usaha.
- Penyusunan deskripsi usaha yang lebih menarik.
- Penataan tampilan akun agar lebih profesional.

Setelah pendampingan, akun media sosial Songket Fikri memiliki identitas usaha yang lebih jelas sehingga memudahkan calon pelanggan memperoleh informasi mengenai produk dan lokasi usaha.

3. Pelatihan Pembuatan Konten Promosi

Tim memberikan pelatihan mengenai teknik pengambilan foto produk menggunakan telepon pintar serta penyusunan konten promosi yang menarik.

Materi yang diberikan meliputi:

- Teknik pencahayaan produk.
- Pengambilan gambar detail motif songket.
- Penggunaan latar belakang yang mendukung tampilan produk.
- Penyusunan caption promosi yang informatif dan persuasif.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kualitas foto produk yang digunakan dalam promosi digital sehingga produk songket terlihat lebih menarik dan profesional.

4. Pendampingan Penyusunan Kalender Konten

Mitra dibimbing untuk membuat jadwal unggahan konten secara rutin agar aktivitas pemasaran digital dapat berjalan secara berkelanjutan.

Jenis konten yang disusun antara lain:

- Foto produk unggulan.
- Proses pembuatan songket.
- Testimoni pelanggan.
- Informasi motif dan makna budaya songket Palembang.
- Promosi harga dan paket produk.

Dengan adanya kalender konten, mitra memiliki panduan dalam melakukan promosi secara konsisten.

PEMBAHASAN

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa pemasaran digital merupakan solusi yang relevan untuk mengatasi keterbatasan pemasaran konvensional yang selama ini diterapkan oleh Songket Fikri. Sebelum kegiatan dilaksanakan, promosi usaha sangat bergantung pada pelanggan yang datang langsung ke lokasi usaha dan rekomendasi dari pelanggan lama. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pasar relatif terbatas.

Melalui pelatihan dan pendampingan yang diberikan, mitra memperoleh pengetahuan baru mengenai pentingnya pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Peningkatan pemahaman ini terlihat dari kemampuan mitra dalam mengelola akun media sosial, membuat konten promosi, serta menyusun strategi promosi yang lebih terencana.

Perbaikan kualitas foto produk menjadi salah satu hasil yang paling terlihat. Sebelum pendampingan, sebagian besar foto produk diambil tanpa memperhatikan pencahayaan dan sudut pengambilan gambar. Setelah pelatihan, foto yang dihasilkan mampu menampilkan detail motif, warna, dan kualitas songket dengan lebih baik. Kondisi ini sangat penting karena keputusan pembelian secara online umumnya dipengaruhi oleh kualitas visual produk yang ditampilkan.

Selain itu, penggunaan caption yang lebih informatif membantu calon pelanggan memahami karakteristik produk, bahan yang digunakan, ukuran, serta keunggulan setiap motif songket yang ditawarkan. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

Pendampingan juga meningkatkan kemampuan mitra dalam memanfaatkan fitur media sosial seperti hashtag, reels, dan story untuk meningkatkan jangkauan promosi. Penggunaan fitur tersebut memungkinkan konten yang diunggah dapat menjangkau pengguna yang lebih luas dibandingkan hanya mengandalkan unggahan foto biasa.

Keberhasilan kegiatan ini menunjukkan bahwa penguatan kapasitas digital UMKM dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing usaha. Bagi Songket Fikri, pemasaran digital tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana pelestarian budaya lokal melalui pengenalan produk songket Palembang kepada masyarakat yang lebih luas.

Dengan meningkatnya kemampuan pemasaran digital, Songket Fikri memiliki peluang yang lebih besar untuk memperluas pasar, meningkatkan jumlah pelanggan, serta memperkuat posisi sebagai salah satu UMKM pengrajin songket khas Palembang yang mampu beradaptasi dengan

perkembangan teknologi informasi. Selain memberikan manfaat ekonomi, kegiatan ini juga mendukung upaya pelestarian warisan budaya daerah melalui pemanfaatan teknologi digital sebagai media promosi dan edukasi kepada masyarakat.



Memperkenalkan promosi produk dalam aplikasi digil



Proses pembuatan produk



Produk yang dihasilkan Songket Fikri Palembang

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada UMKM Songket Fikri Palembang telah berjalan dengan baik dan memberikan manfaat yang signifikan bagi mitra. Melalui rangkaian kegiatan berupa observasi, pelatihan, workshop, dan pendampingan pemasaran digital, mitra memperoleh peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran produk songket.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra telah mampu memahami konsep dasar pemasaran digital, mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai media promosi, membuat konten pemasaran yang lebih menarik, serta memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, kegiatan ini menghasilkan luaran berupa akun media sosial bisnis yang lebih profesional, konten promosi digital yang siap digunakan, serta peningkatan kemampuan mitra dalam mengelola aktivitas pemasaran secara mandiri.

Pendampingan yang dilakukan juga mendorong perubahan pola pikir mitra untuk lebih terbuka dan adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi. Dengan meningkatnya pemanfaatan media digital dalam kegiatan pemasaran, Songket Fikri memiliki peluang yang lebih besar untuk meningkatkan visibilitas produk, memperluas jaringan pelanggan, memperkuat daya saing usaha, serta mendukung pelestarian warisan budaya songket Palembang melalui promosi yang lebih luas.

SARAN

1. Bagi Mitra UMKM Songket Fikri

Mitra perlu menjaga konsistensi dalam mengelola media sosial dan toko online dengan menyusun jadwal unggahan konten secara rutin serta merespons pertanyaan dan pesanan pelanggan secara cepat. Selain itu, mitra disarankan untuk terus mengembangkan kemampuan digital melalui pelatihan, webinar, maupun sumber pembelajaran daring agar dapat mengikuti perkembangan tren pemasaran digital yang terus berubah.

Mitra juga diharapkan dapat memanfaatkan berbagai fitur pemasaran digital seperti iklan berbayar (Facebook Ads dan Instagram Ads), fitur live shopping, serta marketplace untuk meningkatkan jangkauan promosi dan penjualan produk. Ke depan, pengembangan identitas merek (branding) dan pembuatan katalog digital yang lebih profesional juga perlu dilakukan guna meningkatkan daya tarik produk songket di pasar yang lebih luas.

2. Bagi Perguruan Tinggi

Perguruan tinggi diharapkan dapat melanjutkan program pendampingan secara berkelanjutan sehingga perkembangan UMKM dapat terus dipantau dan dievaluasi. Kegiatan pengabdian selanjutnya dapat diarahkan pada penguatan branding, digitalisasi bisnis, pengelolaan keuangan digital, serta strategi ekspor produk budaya lokal.

3. Bagi Pemerintah dan Pemangku Kepentingan

Pemerintah daerah dan instansi terkait diharapkan dapat memberikan dukungan melalui program pelatihan, fasilitasi promosi, serta akses terhadap platform digital yang dapat membantu UMKM memperluas pasar. Sinergi antara pemerintah, perguruan tinggi, dan pelaku usaha sangat diperlukan untuk memperkuat daya saing UMKM berbasis budaya lokal di era ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.

- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Tahun 2023*.
- Paransa, R. P. J. (2024). *Optimalisasi Pertumbuhan UMKM di Indonesia Melalui Pemasaran Digital*.
- Hananto, D., et al. (2024). *Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM*.
- Asyiffa, M., Rozak, W. A., & Hadi, R. (2024). *Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM*.
- Oktawiranti, A. (2024). *Pelatihan Strategi Pemasaran Digital untuk Peningkatan Daya Saing UMKM di Era Ekonomi Digital*.