



Homepage Journal: <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS>

Penerapan Strategi Digital Marketing pada UMKM Pempek Vegetarian Bunga Mas

Implementation of Digital Marketing Strategies in Family Car Wash MSMEs

Ervin Setyawan Al Wen Jun¹, Edy Yulianto Putra²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Internasional Batam, Jl. Gajah Mada – Baloi-Sei Ladi – Sekupang – Batam

***Corresponding Author: E-mail: ervinsetyawan19@gmail.com**

Artikel Penelitian

Article History:

Received: 22 Sep, 2025

Revised: 16 Nov, 2025

Accepted: 18 Dec, 2025

Kata Kunci:

Digital Marketing, UMKM, Social Media, Google Maps, WhatsApp Business

Keywords:

Digital Marketing, MSMEs, Social Media Marketing, Google Maps, WhatsApp Business

DOI: [10.56338/jks.v8i12.9663](https://doi.org/10.56338/jks.v8i12.9663)

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian, namun masih banyak yang menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, khususnya pada aspek pemasaran. UMKM Pempek Vegetarian Bunga Mas merupakan usaha kuliner yang memiliki keunikan produk, tetapi belum memiliki kehadiran digital yang memadai. Permasalahan utama yang dihadapi meliputi tidak terdaftarnya lokasi usaha pada Google Maps, belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, serta belum digunakannya WhatsApp Business sebagai media komunikasi dan pemesanan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk menerapkan strategi digital marketing guna meningkatkan visibilitas usaha, jangkauan pemasaran, dan profesionalitas komunikasi dengan pelanggan. Metode yang digunakan adalah pengumpulan data primer melalui wawancara dan observasi langsung terhadap aktivitas usaha mitra. Implementasi kegiatan meliputi pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps, pembuatan dan pengelolaan akun media sosial Instagram dan penerapan WhatsApp Business. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan strategi digital marketing mampu meningkatkan kemudahan konsumen dalam menemukan lokasi usaha, memperluas jangkauan promosi, serta mempermudah proses komunikasi dan pemesanan. Selain itu, pemilik UMKM memperoleh pemahaman dan keterampilan dalam mengelola pemasaran digital secara mandiri. Dengan demikian, penerapan strategi digital marketing memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan dan keberlanjutan UMKM Pempek Vegetarian Bunga.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in supporting the economy; however, many still face limitations in adopting digital technology, particularly in marketing activities. Pempek Vegetarian Bunga Mas is a culinary MSME with unique products but lacks adequate digital presence. The main problems include the absence of a Google Maps listing, limited utilization of social media for promotion, and the lack of WhatsApp Business for

structured communication and ordering. This Community Service Program aims to implement digital marketing strategies to enhance business visibility, expand market reach, and improve communication professionalism. The study employed primary data collection methods through interviews and direct observation of the partner's business activities. The implementation involved registering the business location on Google Maps, creating and managing Instagram accounts, and utilizing WhatsApp Business as a communication and ordering platform. The results indicate that the digital marketing implementation improved customer access to business location information, increased promotional reach, and facilitated more efficient communication and ordering processes. Furthermore, the business owner gained practical knowledge and skills to independently manage digital marketing activities. Therefore, the application of digital marketing strategies contributes positively to the growth and sustainability of Pempek Vegetarian Bunga MSME.

PENDAHULUAN

Meskipun Pempek Vegetarian Bunga Mas memiliki produk yang unik dan potensial, usaha ini menghadapi beberapa masalah dalam hal pemasaran dan jangkauan. Masalah utama adalah tidak adanya kehadiran digital. Saat ini, usaha tersebut belum terdaftar di Google Maps, sehingga calon pelanggan yang mencari pilihan makanan vegetarian di area Lubuk Baja kesulitan menemukan lokasi fisik mereka (Putra & Meliana, 2024). Selain itu, Pempek Vegetarian Bunga Mas belum memanfaatkan media sosial seperti Instagram untuk promosi. Padahal, platform ini sangat efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas, menampilkan variasi menu, dan berinteraksi langsung dengan pelanggan. Tanpa adanya promosi digital, potensi pertumbuhan usaha menjadi terbatas. Terakhir, tanpa adanya WhatsApp Business menghambat komunikasi yang lebih profesional dan terorganisir dengan pelanggan, termasuk dalam hal pemesanan, konfirmasi, atau penyampaian informasi penting lainnya (Putra *et al.*, 2022). Keterbatasan-keterbatasan ini membuat Pempek Vegetarian Bunga Mas kehilangan banyak peluang untuk menarik pelanggan baru dan membangun loyalitas. Dengan demikian praktik ini akan diuraikan dalam laporan PKM dengan judul **“Penerapan Strategi Digital Marketing pada UMKM Pempek Vegetarian Bunga Mas”**.

METODE

Teknik Pengumpulan Data

Dalam PKM ini, sumber yang digunakan adalah sumber data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara atau observasi. Dalam pengumpulan data penelitian, penulis melakukan beberapa metode, yaitu wawancara dan observasi.

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab (Esterberg, 2016), di mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan (Mulyana, 2016), sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2016). Penulis melakukan wawancara dengan perwakilan pihak perusahaan yaitu Bapak Taufan secara *direct*. Dalam proses wawancara, penulis bertanya mengenai kegiatan usaha sehari-hari pada UMKM Pempek Vegetarian Bunga Mas.

Observasi juga merupakan salah satu teknik pengumpulan data primer. Menurut Supardi (2016) metode observasi merupakan metode pengumpul data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian (Sudaryono, 2017).

Dalam observasi ini, penulis menemukan bahwa UMKM Pempek Vegetarian Bunga Mas masih menggunakan strategi digital marketing tradisional, seperti promosi oleh sales secara berlangsung

terhadap *customer* dan *word of mouth marketing*, sehingga kurangnya wawasan untuk menggunakan strategi pemasaran secara modern.

Proses Perancangan Luaran

Kerangka awal dalam melakukan perancangan luaran proyek sistem UMKM Pempek Vegetarian Bunga Mas adalah dengan mengumpulkan informasi dan data dari wawancara dan observasi. Langkah awal yang dilaksanakan adalah berdiskusi dengan pemilik perusahaan, mengurus izin, dan menganalisa permasalahan yang terjadi pada UMKM Pempek Vegetarian Bunga. Tahap perencanaan adalah diskusi dengan pemilik ttg strategi apa yang akan dilakukan agar penjualan mitra naik. Tahapan pelaksanaan dan evaluasi adalah bagaimana strategi dilaksanakan dan proses penilaian strategi (berhasil atau tidak).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini meliputi perancangan luaran kegiatan dan luaran yang dicapai sebagai berikut.

Perancangan Luaran Kegiatan

Proses implementasi luaran dilakukan secara bertahap sesuai dengan perencanaan yang telah disusun sebelumnya. Tahap pertama dalam implementasi adalah pendaftaran UMKM Pempek Vegetarian Bunga Mas ke dalam platform Google Maps. Pada tahap ini, dilakukan penginputan data usaha secara lengkap, mulai dari nama usaha, alamat, jam operasional, hingga foto lokasi dan produk. Dengan terdaftarnya usaha di Google Maps, konsumen kini dapat dengan mudah menemukan lokasi usaha serta melihat informasi dasar mengenai Pempek Vegetarian Bunga Mas.

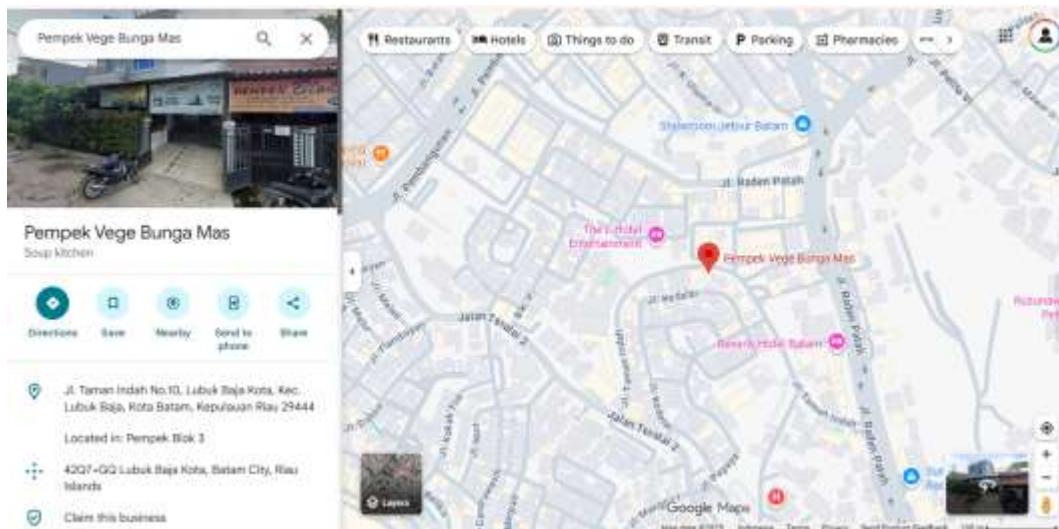
Tahap berikutnya adalah pembuatan dan pengelolaan akun media sosial Instagram. Pada tahap ini, penulis membantu pemilik usaha dalam pembuatan akun, pengaturan profil bisnis, serta pengunggahan konten awal. Konten yang diunggah berfokus pada pengenalan produk, keunikan pempek vegetarian, serta suasana usaha. Proses ini dilakukan secara konsisten untuk membangun identitas merek dan meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Selain itu, implementasi juga dilakukan melalui penggunaan WhatsApp Business sebagai sarana komunikasi resmi dengan pelanggan. Penulis membantu dalam pengaturan profil WhatsApp Business, pembuatan pesan otomatis, serta katalog produk. Dengan adanya WhatsApp Business, proses pemesanan menjadi lebih terstruktur dan profesional, sehingga memudahkan pelanggan dalam berinteraksi dengan pihak UMKM. Selama proses implementasi, penulis juga memberikan pendampingan dan penjelasan kepada pemilik usaha agar dapat mengelola seluruh platform digital tersebut secara mandiri di kemudian hari.

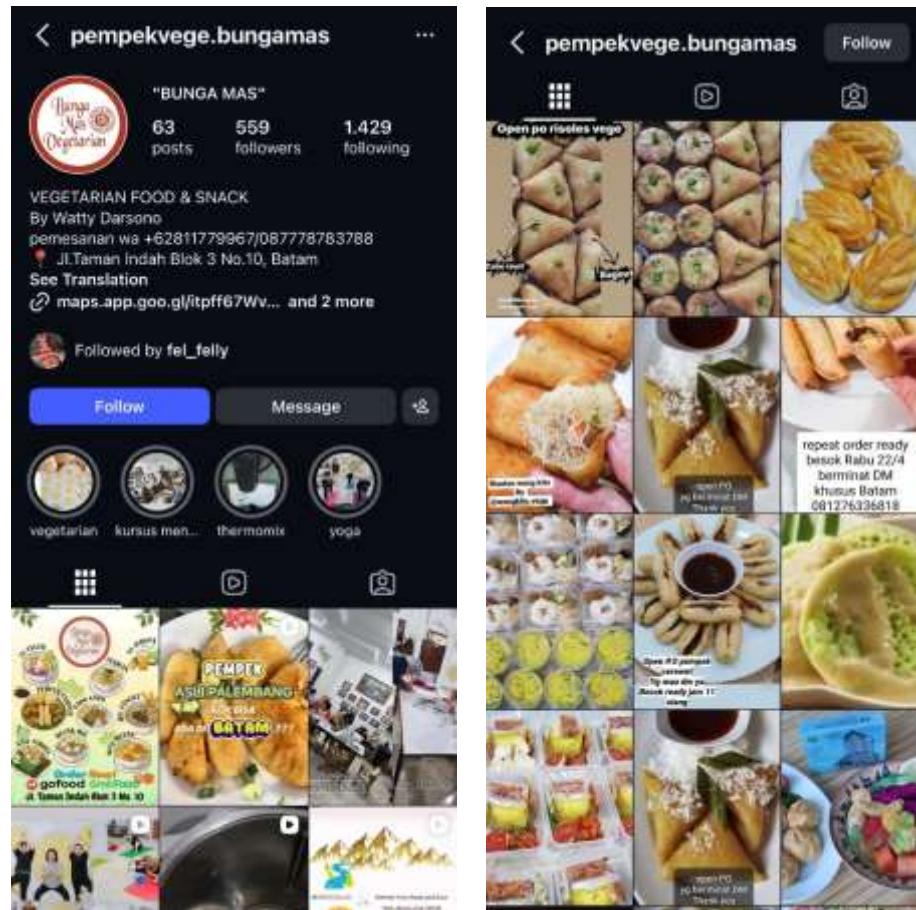
Luaran yang dicapai

Perancangan luaran kegiatan pada program Pengabdian kepada Masyarakat ini diawali dengan analisis permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Pempek Vegetarian Bunga Mas, khususnya dalam aspek pemasaran dan jangkauan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi langsung di lokasi usaha, diketahui bahwa UMKM ini belum memiliki kehadiran digital yang memadai, sehingga sulit ditemukan oleh konsumen baru. Oleh karena itu, luaran yang dirancang difokuskan pada penerapan strategi digital marketing yang sederhana namun efektif dan sesuai dengan kemampuan serta kebutuhan UMKM.

Luaran utama yang dirancang dalam kegiatan ini meliputi pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps, pembuatan akun media sosial Instagram dan penggunaan WhatsApp Business sebagai media komunikasi dan pemesanan. Google Maps dirancang sebagai sarana untuk meningkatkan visibilitas lokasi usaha sehingga memudahkan konsumen menemukan Pempek Vegetarian Bunga secara fisik. Sementara itu, Instagram dirancang sebagai media promosi visual yang menampilkan produk, proses pembuatan, serta keunikan menu vegetarian yang dimiliki usaha tersebut.



Gambar 1. Google Maps Pempek Vegetarian Bunga Mas



Gambar 2. Instagram Pempek Vegetarian Bunga Mas

Kemudian, penulis telah melakukan upaya promosi terhadap UMKM Pempek Vegetarian Bunga Mas melalui fitur iklan berbayar (Ads) di platform Instagram. Strategi promosi melalui iklan ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau lebih banyak pelanggan potensial. Penulis memanfaatkan strategi promosi Ads berbayar ini selama satu hari dengan target audiens yang

difokuskan pada konsumen yang berada di wilayah Kota Batam. Melalui strategi iklan ini dapat membantu Pempek Vegetarian Bunga Mas dalam memperluas jangkauan pasarnya dan menarik pelanggan baru yang mungkin belum mengenal layanan yang ditawarkan.

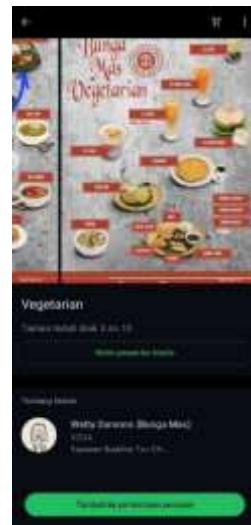
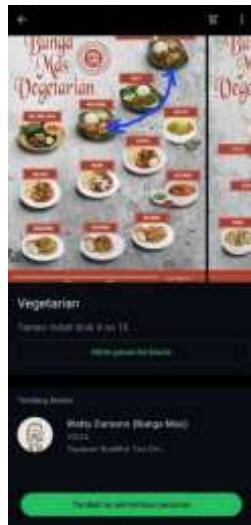


Gambar 3. Konten yang dijadikan iklan



Gambar 4. Details Promosi Iklan

Selain itu, WhatsApp Business dirancang untuk memberikan kesan komunikasi yang lebih profesional, dengan fitur pesan otomatis, katalog produk, dan kemudahan dalam menerima pesanan. Seluruh luaran ini dirancang agar mudah dikelola oleh pemilik UMKM secara mandiri setelah kegiatan PKM berakhir.



Gambar 5. Whatsapp Business Pempek Vegetarian Bunga Mas

Proses Implementasi Luaran

Proses implementasi luaran dilaksanakan secara bertahap, diawali dengan registrasi lokasi Pempek Vegetarian Bunga Mas di Google Maps untuk memudahkan aksesibilitas informasi bagi konsumen. Strategi digital dilanjutkan dengan aktivasi dan pengelolaan akun Instagram yang memuat konten pengenalan produk guna membangun identitas merek, serta optimalisasi penggunaan WhatsApp Business melalui fitur katalog dan pesan otomatis untuk menciptakan komunikasi yang lebih terstruktur. Seluruh rangkaian implementasi ini disertai dengan pendampingan intensif kepada pemilik usaha untuk memastikan kemandirian dalam mengelola berbagai platform digital tersebut di masa depan.

Kondisi Setelah Implementasi

Pasca implementasi strategi digital marketing, UMKM Pempek Vegetarian Bunga Mas menunjukkan peningkatan signifikan dalam aspek visibilitas dan efisiensi operasional. Pendaftaran di Google Maps berhasil memperluas jangkauan pasar dan aksesibilitas bagi konsumen baru, sementara penggunaan *Instagram Ads* berhasil meningkatkan kesadaran merek dan interaksi secara drastis, terlihat dari lonjakan jumlah tayangan (*views*) yang pesat serta penambahan pengikut. Selain itu, penggunaan WhatsApp Business menjadikan manajemen komunikasi dan pemesanan lebih profesional dan tertata, sehingga secara keseluruhan transformasi digital ini memberikan nilai tambah yang kuat untuk mendukung keberlanjutan dan daya saing usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema penerapan strategi digital marketing pada UMKM Pempek Vegetarian Bunga Mas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil membantu mitra dalam meningkatkan kehadiran digital usahanya. Sebelum kegiatan ini dilaksanakan, UMKM Pempek Vegetarian Bunga Mas belum memanfaatkan platform digital secara optimal, sehingga jangkauan pemasaran masih sangat terbatas. Melalui penerapan Google Maps, media sosial Instagram dan WhatsApp Business, usaha ini kini memiliki sarana promosi dan komunikasi yang lebih modern dan efektif. Implementasi strategi digital marketing yang dilakukan juga terbukti mudah diterapkan dan sesuai dengan kondisi UMKM. Pemilik usaha memperoleh pemahaman baru mengenai pentingnya pemasaran digital dalam mendukung pertumbuhan usaha. Selain itu, luaran yang dihasilkan tidak hanya bersifat jangka pendek, tetapi juga dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan oleh UMKM untuk meningkatkan penjualan dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan.

DAFTAR RUJUKAN

- Esterberg, K. G. (2016). *Qualitative Methods in Social Research*.
- Mulyana, D. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (P. R. Rosdakarya (ed.)). PT. Remaja Rosdakarya.
- Putra, E. Y., & Meliana. (2024). Penerapan Strategi Pemasaran Pada UMKM Minimarket Bintang Jaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(1), 558–565.
- Putra, E. Y., Ng, D., Wilson, J., Alvina, J., & Ng, S. (2022). Peningkatan pelayanan pelanggan dan promosi umkm la sano life untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan angka penjualan. *Abdi wina – Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 31–41.
- Sudaryono. (2017). Metodologi Penelitian. Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta (ed.)). Alfabeta.
- Supardi. (2016). Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi. PT Raja Grafindo Persada.