

Webinar “Peran Digital Marketing dalam Menunjang Kinerja UMKM”



Disusun Oleh :

NAMA DOSEN : SIDIK, M.KOM

NIDN : 0312077902

FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI

PROGRAM STUDI INFORMATIKA

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

TAHUN 2022

LAPORAN HASIL KEGIATAN

Webinar “Peran Digital Marketing dalam Menunjang Kinerja UMKM”

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Kegiatan

Webinar Peran Digital Marketing Dalam Menunjang Kinerja UMKN yang diadakan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Mandiri dengan KADIN dalam rangka meningkatkan kinerja UMKM melalui pemanfaatan digital marketing. Pemanfaatan Digital Marketing diharapkan dapat meningkatkan pendapatan UMKM melalui pemasaran produk yang dilakukan secara digital disaat kondisi pandemi yang belum berakhir sampai saat ini.

1.2. Maksud dan Tujuan Kegiatan

Maksud dan tujuan dari webinar nasional Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Nusa Mandiri dengan tema Peran Digital Marketing Dalam Menunjang Kinerja UMKM.

Dengan adanya kegiatan ini diharapkan UMKM dapat berubah mindset terkait pemasaran produk yang selama masih dilakukan secara konvensional dengan konsumen, maka saat pandemi ini dituntut ada perubahan tata cara jual beli dengan menggunakan digital marketing seperti Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Shopee dan lain-lain.

BAB II

LAPORAN KEGIATAN

2.1. Bentuk Kegiatan

Webinar Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Nusa Mandiri dengan tema “**Peran Digital Marketing Dalam Menunjang Kinerja UMKM**” yang dilaksanakan secara daring

2.2. Pelaksanaan Kegiatan

Webinar "Pentingnya Kolaborasi dan Inovasi dalam Peningkatan Potensi Perpustakaan", dilaksanakan pada :

Tanggal : Senin, 7 Maret 2022

Waktu : 09.00 – 12.00 WIB

Tempat : webinar pada link Meeting ID: 853 4311 2680 dan Passcode: 841788

Link URL : <https://us02web.zoom.us/j/85343112680?pwd=Q0xITlQ0WGF2TFhKU1prdG94N2pGQT09>

Acara dimulai tepat waktu, yaitu pukul 09.00 WIB. Acara dibuka oleh ibu Ida Zuniarti, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Mandiri, Kemudian dilanjutkan sambutan oleh Bapak Eddy Ganefo selaku Ketua KADIN Umum Indonesia. Kegiatan webinar ini menghadirkan tiga narasumber sebagai berikut:

1. Dr. Nina Kurnia Hikmawati, SE, MM (Wakil Ketua Umum KADIN Indonesia)
2. Prof. Dr. Dwiza Riana, S.Si., MM., M.Kom (Rektor Universitas Nusa Mandiri)
3. Lia Mazia, S.Kom, MMSI (KetuaProgramStudiBisnisDigital)

2.3. Hasil Kegiatan

Narasumber pertama Dr. Nina Kurnia Hikmawati, SE, MM selaku wakil Ketua Umum KADIN Indonesia menghadirkan tema PENTAHELIX MODEL BISNIS UNTUK MENDORONG DIGITAL MARKETING UMKM. Pada pemaparan beliau pandemi Covid-19 memberikan efek domino pada aspek sosial, ekonomi dan keuangan. Oleh karena itu, UMKM harus lebih familier dalam menggunakan teknologi dalam memasarkan produk. Jika UMKM

menggunakan teknologi digital dalam distribusi bisnis maka akan mendapatkan keuntungan sebagai berikut:

1. Kenaikan pendapatan hingga 80%
2. Satu Setengah kali lebih mungkin untuk meningkatkan kesempatan kerja
3. 17 kali lebih mungkin untuk menjadi inovatif
4. UMKM yang lebih banyak menggunakan teknologi digital menjadi lebih kompetitif secara internasional

UMKM PERLU DIBANTU PENTAHELIX MODEL BISNIS UNTUK MENDORONG DIGITAL MARKETING UMKM

PENINGKATAN KAPASITAS



**PROGRAM: PEMBERDAYAAN
PENGEMBANGAN DAN
PENDAMPINGAN MASYARAKAT
KERJASAMA BERBAGAI STAKE
HOLDER :**

PENTAHELIX

**A : AKADEMIK
B : BISNIS
G : GOVERNMENT
C : COMMUNITY
M : MEDIA**

KOLABORASI PENTAHELIX MODEL



UMKM DI ERA DIGITAL

Peluang Bisnis 4.0

- Fintech
- Cloud hosting
- Bisnis online
- On demand services



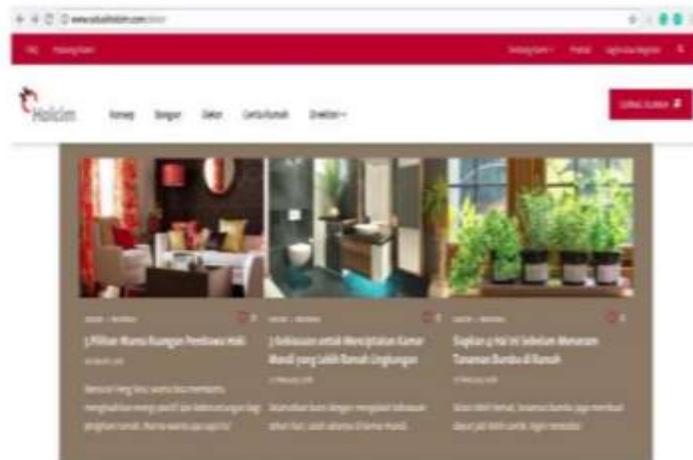
Jenis-jenis Digital Marketing

Content Marketing

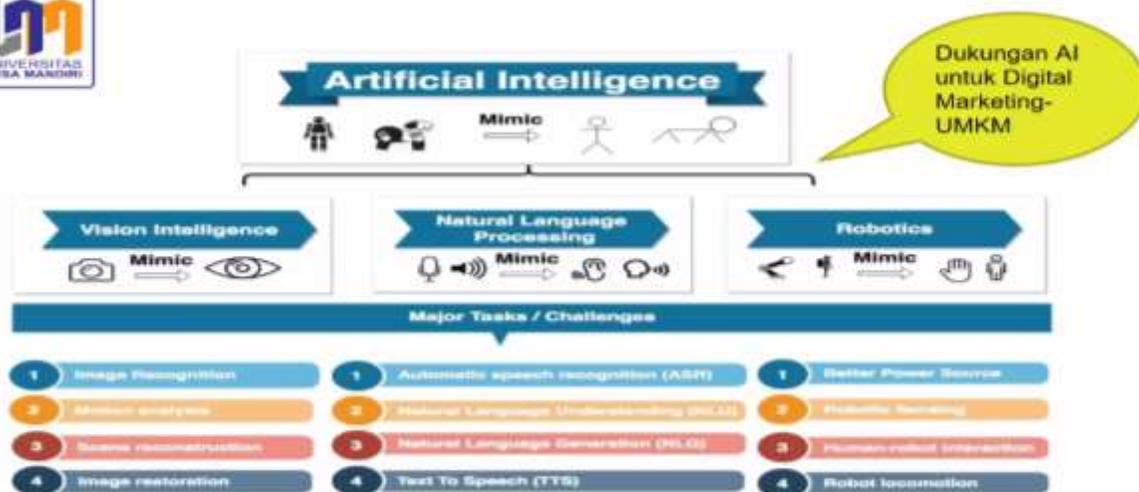
Small businesses with blogs get 126% more lead growth than small businesses without.

(Source: ImpactBnd)

- Blog
- Infographics
- Video
- Motiongraphic
- Social Media



Narasumber kedua adalah Prof. Dr. Dwiza Riana, S.Si, MM, M.Kom memaparkan tentang digital marketing yaitu pemanfaatan Robot Artificial Intelefgent pertama di dunia. RA pertama ditemukan pada tahun 1956 oleh Prof John Mccarthy. Digital Marketing sebagai asisten pribadi virtual contohnya Google Asisten.



Sumber: <https://ravirajabhat.github.io/what-is-artificial-intelligence/>

AI dalam Digital Marketing

rekomendasi produk
berkomunikasi dengan pelanggan
konten marketing
meramal pertumbuhan bisnis
Optimalkan bisnis dan efisiensi



Manfaat AI dalam Digital Marketing | Otomatisasi interaksi pelanggan

'Pertanyaan yang sering ditanyakan pelanggan yang otomatis dijawab AI akan memberikan kemudahan bagi pelanggan dengan respon yang cepat serta rekomendasi yang sesuai'



Contohnya AI Chatbots.
AI yang akan berinteraksi dengan pelanggan pada jam berapapun.





Manfaat AI dalam Digital Marketing | Personalisasi pengalaman belanja pelanggan

'Iklan yang dipersonalisasi akan meningkatkan engagement pelanggan terhadap brand, meningkatkan loyalitas dan pada akhirnya meningkatkan penjualan.'



Memberikan penawaran yang akurat terhadap pelanggan adalah kemampuan kecerdasan buatan yang sangat dicari.



Manfaat AI dalam Digital Marketing | Pemberian bantuan secara real time dan otomatisasi

'Berdasarkan data kunjungan dan pencarian tempat liburan, Artificial Intelligence akan memberikan rekomendasi hotel atau hiburan yang mungkin akan disukai oleh pelanggan.'

Seperti aplikasi peta, aplikasi travel dan hotel menggunakan AI untuk berkomunikasi secara real time dengan pelanggan.

Berdasarkan data kondisi jalan saat ini, aplikasi akan menyarankan rute tercepat yang bisa diambil oleh pengguna untuk mencapai tujuan.





Manfaat AI dalam Digital Marketing | Memprediksi Trend

'AI mampu memprediksi hal-hal yang akan menjadi trend di masa yang akan datang. Dengan social listening, perilaku pelanggan, tren masa lalu kecerdasan buatan bisa memperkirakan tren produk yang mungkin laris di masa depan.'



Contoh Perusahaan yang sudah menggunakan AI yaitu STARBUCK, ALIBABA, SEPHORA (Brand Kecantikan yang menjual kosmetika dengan memakai AI), TOKOPEDIA (E-Commerce yang telah menerapkan AI dalam setiap bagian), HALOSIS yang membantu UMKM terkait digital marketing, PANCAKE hadirkan platform pesan All-In-One untuk berdayakan UMKM Indonesia.

Narasumber ketiga Ibu Lia Mazia, S.Kom, MMSI selaku Kaprodi Bisnis Digital memaparkan tema Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. UMKM adalah Usaha mikro adalah badan usaha perorangan yang memiliki kriteria sesuai Undang-Undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, yakni:

- Memiliki aset atau kekayaan bersih hingga Rp 50 juta, tidak termasuk tanah atau bangunan tempat usaha.
- Omzet penjualan tahunan hingga Rp 300 juta.

Dasar Hukum UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

UMKM ???

- **Usaha Mikro** : usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Konsep UMKM

- **Usaha Kecil** : usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Konsep UMKM

- **Usaha Menengah** : usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Azas UMKM

1. Kekeluargaan;
2. Demokrasi ekonomi;
3. Kebersamaan;
4. Efisiensi berkeadilan;
5. Berkelanjutan;
6. Berwawasan lingkungan;
7. Kemandirian;
8. Keseimbangan kemajuan; dan
9. Kesatuan ekonomi nasional.

Digital Marketing

upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk memasarkan produk/jasa melalui internet dan berbagai bentuk media komunikasi digital lainnya.

Manfaat Digital Marketing:

1. Hyper-Targeted
2. Measurable

3. Interactive
4. Cost-Effective

Jumlah konsumen digital di Indonesia tahun 2021 mencapai 219 Juta (Sumber E-Conomy SEA 2021 dan MENKOMINFO) sedangkan produk yang dijual pada Marketplace Indonesia 90 % merupakan produk impor sedangkan 10% produk lokal. (Sumber: Institute For Developments Of Economics And Finance (INDEF). Bagaimana cara memulai strategi Digital Marketing



Tipe-Tipe Digital Marketing

1. Search
2. Content
3. Paid Ads/PPC
4. Social Media
5. Email





Start To Digital Marketing

1. Membuat Akun Google My Business
2. Promosikan Lewat Media Sosial
3. Kerjasama dengan Key Opinion Leader (KOL) atau Influencer (Endorsement)
4. Membangun Website
5. Email Marketing

Pemanfaatan Sosial Media

1. Instagram
2. Whatsapp
3. Facebook
4. Tiktok

BAB III

PENUTUP

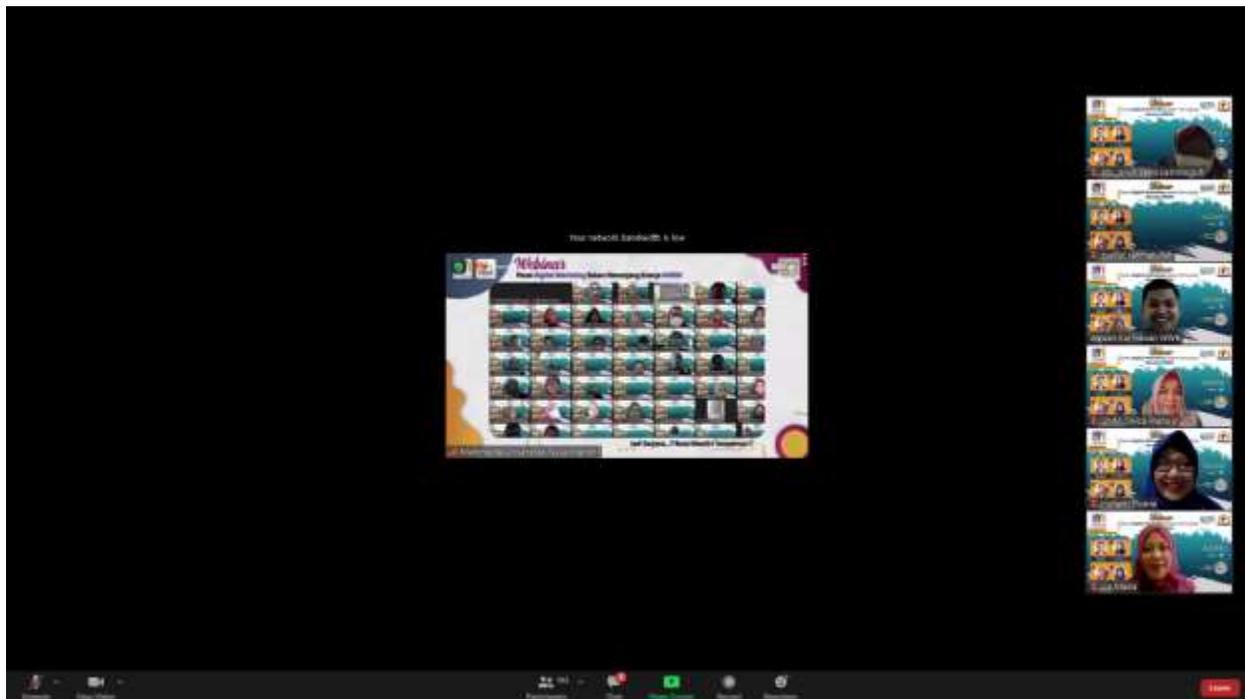
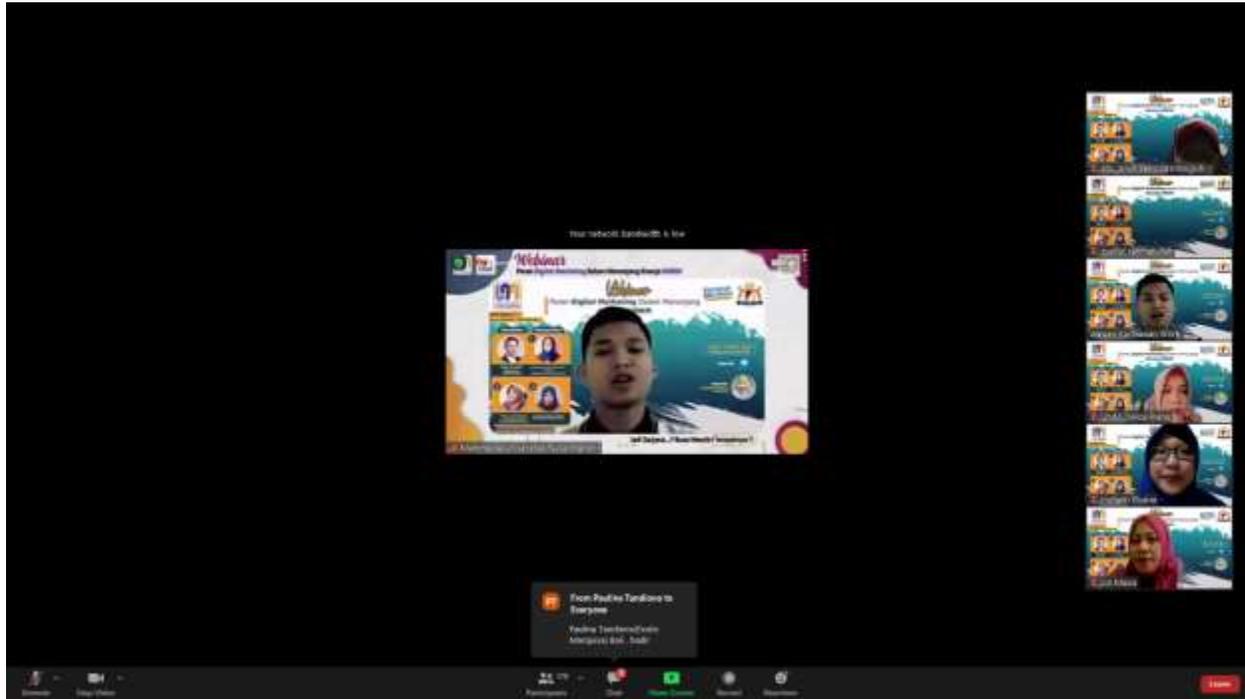
3.1 Kesimpulan

Dengan mengikuti Webinar " Peran Digital Marketing dalam Menunjang Kinerja UMKM ", diharapkan para UMKM dapat memahami lebih dalam tentang pentingnya peran digital marketing dalam meningkatkan pendapatan UMKM sehingga mampu bersaing kompetitif di dunia Internasional.

3.2 Saran

Seminar yang sangat luar biasa dan interaktif dengan Narasumber yang handal pada masing-masing bidangnya membuat seminar ini sangat spektakuler. Semoga Webinar " Peran Digital Marketing dalam Menunjang Kinerja UMKM " dapat menambah keilmuan para peserta.

Lampiran



SERTIFIKAT

PENGHARGAAN

No. 001/7.04/UNM/FEB/III/2022



DIBERIKAN KEPADA :

Sidik, M.Kom

Sebagai **peserta** dalam Webinar
“Peran Digital Marketing Dalam Menunjang Kinerja UMKM”

Dengan Narasumber :

1. Dr. Nina Kurnia Hikmawanti, SE, MM (Wakil Ketua Umum Kadin Indonesia)
“Pentahelix model bisnis untuk mendorong Digital Marketing UMKM”
2. Prof. Dr. Dwiza Riana, S.Si, MM, M.Kom (Rektor Universitas Nusa Mandiri)
“Artificial Intelligence dalam Bisnis”
3. Lia Mazia, S,Kom, MMSI (Ketua Program Studi Bisnis Digital)
“Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM”

Jakarta, 7 Maret 2022

Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Nusa Mandiri



Ida Zuharti S.E., M.M

Dekan

Kadin Indonesia
Ketua Umum



Eddy Ganefo