eJournal Administrasi Bisnis, 2025, 13(2): 63-75
ISSN 2355-5408, e-ISSN 2355-5416
© Copyright 2025, http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/jadbis/index

Penerapan *Digital Marketing* dalam Penguatan UMKM Berkelanjutan melalui Peran Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Cianjur

Fauzan Zikri[1], Ranti Lisna Wati[2], Zuber[3]
Fakultas Sains Terapan[1,2], Universitas Suryakancana, Jl. Pasirgede Raya Kel. Bojongherang Kec. Cianjur, Kab. Cianjur 43216
Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan[3], Universitas Suryakancana, Jl. Pasirgede Raya Kel. Bojongherang Kec. Cianjur, Kab. Cianjur 43216
E-mail: fauzanzikri@unsur.ac.id rantilisnawati01@gmail.com ; zuber@unsur.ac.id

Abstrak

Pemasaran dengan metode *digital* atau yang disebut dengan *digital marketing* merupakan suatu alternatif pemasaran yang banyak digunakan oleh para pelaku usaha di era ini. UMKM di Kabupaten Cianjur menjadi salah satu pelaku usaha yang menerapkan metode *digital marketing* dalam memasarkan produknya. Dalam hal ini, Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau disingkat menjadi PLUT-KUMKM memiliki peran penting dalam proses penerapan *digital marketing* bagi UMKM di Kabupaten Cianjur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran PLUT dalam menerapkan *digital marketing* bagi UMKM yang dibina oleh PLUT Kabupaten Cianjur. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menyatakan bahwa PLUT-KUMKM Kabupaten Cianjur berperan penting dalam proses perkembangan UMKM binaan. Strategi yang dilakukan oleh PLUT dalam menerapkan *digital marketing* yaitu dengan membuat program khusus yaitu inkubator bisnis. Program ini bertujuan untuk membantu perusahaan baru dalam tahap awal perkembangan usahanya. Dan salah satu cara pemerintah Kabupaten Cianjur dalam memberdayakan UMKM yaitu melalui Aplikasi Sistem Informasi Pemasaran Produk UMKM Unggulan atau yang disebut Simpul Manjur, dimana aplikasi ini bertujuan untuk membantu para pelaku UMKM agar dapat memasarkan produknya secara *online.*
Kata kunci: PLUT, *Digital Marketing*, UMKM

Abstract

Marketing with digital methods or what is called digital marketing is an alternative marketing that is widely used by business actors in this era. MSMEs in Cianjur Regency are one of the business actors who apply digital marketing methods in marketing their products. In this case, the Integrated Business Service Center for Micro, Small and Medium Enterprises Cooperatives or abbreviated as PLUT-KUMKM has an important role in the process of implementing digital marketing for MSMEs in Cianjur Regency. This study aims to determine the role of PLUT in implementing digital marketing for MSMEs fostered by PLUT Cianjur Regency. This research was conducted using a qualitative approach with data collection methods conducted through observation, interviews, and documentation. The results of the study state that PLUT-KUMKM Cianjur Regency plays an important role in the development process of fostered MSMEs. The strategy carried out by PLUT in implementing digital marketing is by creating a special program, namely a business incubator. This program aims to help new companies in the early stages of their business development. And one of the ways the Cianjur Regency government empowers MSMEs is through the Featured MSME Product Marketing Information System Application or what is called Simpul Manjur, where this application aims to help MSME players to market their products online.

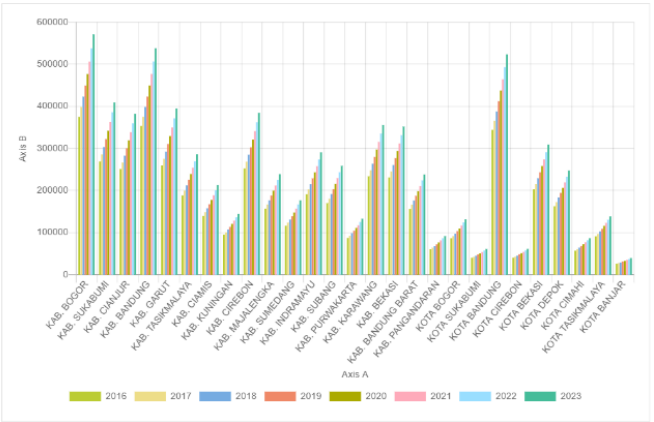
Keywords: PLUT, *Digital Marketing, MSME*

Pendahuluan

Ilmu Pengetahuan dan Teknologi atau disingkat menjadi IPTEK adalah suatu bentuk proses yang meningkatkan nilai tambah. Proses yang berjalan ini bisa menggunakan atau menghasilkan produk tertentu. Produk yang tak terpisah dari produk lain yang sudah ada. Hal itu juga menyatakan bahwa teknologi merupakan bagian integral dari yang terkandung dalam sistem tertentu (Nisa, 2023). Perkembangan teknologi informasi ditandai dengan kemunculan *e-commerce* dan media sosial sebagai *promotion tools* (alat promosi atau pemasaran). Pelaku usaha harus mengikuti setiap perkembangan zaman dengan tujuan bisnis yang sedang dijalaninya berjalan dengan lancar. Perkembangan IPTEK yang sangat cepat ini dipengaruhi oleh kebutuhan manusia terhadap berbagai aktivitas yang bisa dilakukan dengan cepat dan mudah. Begitu juga bagi pelaku usaha atau bisnis yang semakin mengikuti perkembangan zaman karena pengaruh dari moderenisasi itu sendiri. Adanya modernisasi menyebabkan kehidupan di dalam masyarakat mengalami kemajuan dan perubahan.

UMKM (Usaha Mikro Kecil) adalah istilah umum dalam dunia ekonomi yang merujuk pada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang – Undang Nomor 20 tahun 2008 (Tohar, 2022). Tujuan atau sasaran yang ingin dicapai

dari dibentuknya UMKM adalah untuk terwujudnya usaha yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas. Peran UMKM bagi perekonomian Indonesia yaitu memberi kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar lebih dari 60% atau sekitar Rp 8.573 Triliun setiap tahunnya. Selain itu, UMKM juga berperan dalam menyediakan lapangan pekerjaan sebesar 97% dari total tenaga kerja di Indonesia atau sekitar 116 juta orang (Anastasya, 2023).



Gambar 1. 1 Data UMKM Di Jawa Barat Tahun 20222

Sumber : opendata.jabarprov.go.id

Berdasarkan data di atas dinyatakan bahwa Kabupaten Cianjur merupakan wilayah yang berada di urutan ke – 3 dalam persebaran jumlah UMKM terbanyak se – Jawa Barat. Di Kabupaten Cianjur setidaknya terdapat 6.700 UKM, banyaknya UMKM di Kabupaten Cianjur dikarenakan Kabupaten Cianjur memiliki banyak destinasi wisata dan tempat persinggahan, dimana Kabupaten Cianjur ini berada dijalur antar kota seperti Bogor, Bandung dan Sukabumi (Sartika, *et al*., 2019). Dalam hal ini, pemerintah resmi mendirikan lembaga dibawah binaan Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan, dan Perindustrian untuk membantu para pelaku usaha agar dapat meningkatkan usahanya. Lembaga ini bernama Unit Pelaksana Teknik Dinas Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau disingkat menjadi UPTD PLUT KUMKM.

UPTD PLUT KUMKM adalah lembaga yang menyediakan jasa non-finansial yang menyeluruh dan hubungan bagi koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah (KUMKM) guna meningkatkan kinerja produksi, kinerja pemasaran, akses pembiayaan, dan pengembangan sumber daya manusia (SDM) melalui peningkatan kapasitas kewirausahaan, teknis dan manajerial,

serta kinerja kelembagaan dalam rangka meningkatkan daya saing KUMKM (Jauhar et al., 2017). UPTD PLUT KUMKM Kabupaten Cianjur adalah lembaga yang dibuat oleh pemerintah untuk menjadi unsur pelaksana teknis operasional dan kegiatan teknis penunjang pada Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan, dan Perindustrian Kabupaten Cianjur. PLUT KUMKM Kabupaten Cianjur merupakan program yang diselenggarakan oleh Kementerian Koperasi dan UMKM dalam rangka memberikan jasa layanan konprehensif dan terpadu bagi pengembangan usaha KUMKM di Kabupaten Cianjur. PLUT-KUMKM sangat berperan penting dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah karena PLUT KUMKM ini adalah sarana atau wadah bagi para pelaku usaha untuk meniatkan produktifitas, nilai tambah, kualitas kerja, dan daya saing suatu usaha. Salah satu program yang diselenggarakan oleh PLUT KUMKM adalah pembinaan dan pendampingan UMKM.

Pembinaan dan pendampingan PLUT-KUMKM Kabupaten Cianjur di bidang pemasaran ini bertujuan untuk membantu para pelaku UMKM dalam meningkatkan visibilitas, penjualan, dan pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah di Kabupaten Cianjur. Pemerintah sudah mencanangkan program UMKM *Go Digital* agar para pelaku UMKM dapat mengu*pgrade* bisnisnya dengan *go- online* dalam pemasaran produk supaya sanggup bersaing di era *digital* ini. Dalam pembinaan UMKM ini, PLUT-KUMKM memberikan penyuluhan dan pelatihan kepada pelaku UMKM terkait :

1. Strategi pemasaran yang efektif, penggunaan media sosial, pemasaran online, branding, dan teknik penjualan yang dapat membantu mereka dalam memperluas jangkauan pasar suatu usaha.
2. Membantu UMKM untuk mendapatkan akses ke pasar yang lebih luas, termasuk pasar lokal, regional, dan bahkan internasional. Hal ini bisa melalui partisipasi dalam pameran, acara pemasaran, atau platform *e-commerce*.
3. Menyediakan informasi pasar terbaru, tren, dan perilaku konsumen kepada UMKM agar mereka dapat mengidentifikasi peluang pasar baru dan menyesuaikan produk atau layanan mereka sesuai permintaan pasar.
4. Membantu UMKM untuk menjalin kemitraan dengan perusahaan atau lembaga lain yang dapat membantu dalam mengembangkan dan memasarkan produk mereka, seperti lembaga keuangan, pengecer, atau distributor.

Sedangkan, *digital marketing* merupakan suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk dengan menggunakan media digital atau internet sebagai tempatnya (Witdya, 2022). Tujuan dari *digital marketing* adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Lalu menurut Chaffey (2016) *digital marketing* adalah penerapan teknologi digital yang membentuk online channel ke pasar (*website, e-mail*, database, digital TV dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk didalamnya *blog, feed, podcast*, dan jejaring sosial) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran.

Digital marketing adalah suatu bentuk pemasaran yang menggunakan kanal digital, platform, dan teknologi untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek yang bertujuan untuk mencapai target audiens. Strategi digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet.

Dilihat dari perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat dari segi kualitasnya, hal ini dikarenakan dukungan kuat dari pemerintah dalam pengembangan yang dilakukan kepada para pegiat usaha UMKM, yang mana hal tersebut sangat penting dalam mengantisipasi kondisi perekonomian ke depan serta menjaga dan memperkuat struktur perekonomian nasional. Dengan adanya revolusi *digital* 4.0, membuat banyak perubahan kepada UMKM dimana adanya pergeseran gaya belanja konsumen dari *offline* ke *online*. Dampak dari perkembangan teknologi ini telah merubah cara interaksi dalam komunikasi pemasaran dari bentuk *face to face* menjadi *screen to face* (Arfan, 2019). Era digital saat ini dapat dikatakan begitu praktis, mudah dan efisien untuk digunakan di tengah padatnya rutinitas sehari-hari. Oleh sebab itu, sangat penting bagi calon UMKM atau wirausaha skala UMKM memiliki wawasan yang cukup. Dengan adanya pengaruh perubahan teknologi yang menjadikan semua bidang usaha mengupayakan untuk menyajikan pembaruan pemasaran melalui jaringan internet dengan istilah pemasaran *online* atau *digital marketing*. Konsep pemasaran baru secara *online* ini membuat para pelaku usaha dapat menjangkau daerah pemasaran keseluruh dunia dengan lebih cepat dan akurat (Nurani, *et al*., 2019). Dalam *digital marketing*, pemasaran suatu produk bisa dilakukan di berbagai *platform* mulai dari website, email, hingga media sosial yang akan menjadi tempat terjadinya tindakan jual beli. Dengan adanya dukungan dari bidang pemasaran di PLUT-KUMKM Kabupaten Cianjur, diharapkan para pelaku UMKM dapat meningkatkan daya saingnya di pasar *digital* dan berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah maupun nasional.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, menurut Sugiyono (2019) metode penelitian kualitatif deskriptif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang digunakan untuk meneliti objek dengan kondisi yang alamiah (keadaan riil, tidak disetting atau dalam keadaan eksperimen) di mana peneliti adalah instrumen kuncinya. Penelitian ini dilakukan di kantor PLUT-KUMKM Kabupaten Cianjur yang beralamat di Jalan Gadog II No. 18 Desa Gadog Kecamatan Pacet Kabupaten Cianjur.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi yang penulis lakukan dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan di lapangan untuk mengetahui apakah PLUT-KUMKM sangat berperan dalam penerapan dan penggunaan *digital marketing* pada pemasaran produk atau jasa UMKM di Kabupaten Cianjur. Selanjutnya penulis wawancara yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan responden atau partisipan penelitian. Dalam wawancara ini responden tersebut adalah konsultan bisnis di bidang pemasaran. Wawancara ini bersifat kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang pengalaman, pandangan, dan makna subjektif yang dialami oleh responden. Dan tahap terakhir dalam penelitian ini penulis melakukan dokumentasi untuk menjadi bukti bahwa penelitian dilakukan dengan sebenar-benarnya.

Hasil dan Pembahasan (11,5 pt Bold)

Setelah menjelaskan hal-hal yang melatar belakangi penelitian, teori-teori yang telah digunakan, dan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, maka selanjutnya pada bab ini penulis akan memaparkan mengenai hasil dari penelitian. Hasil penelitian ini akan dijelaskan berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi serta angket sebagai bahan penunjang. Pembahasan yang terdapat dalam bab ini didapatkan melalui hasil dari pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap informan yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Untuk tahap analisis yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan membuat daftar pertanyaan untuk diajukan kepada narasumber saat wawancara, pengumpulan data, dan melakukan analisis data yang dilakukan sendiri oleh peneliti.

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti dilakukan dengan cara bertahap dalam rentang waktu pada bulan Januari 2024-Maret 2024. Hasil penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara mendalam dimana peneliti mengajukan beberapa pertanyaan secara rinci dan jelas. Selain itu, peneliti juga melakukan penyebaran angket kepada 30 UMKM binaan PLUT sebagai informan pendukung yang masih ada kaitannya dengan fokus penelitian ini. Selanjutnya, peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan teori Miles dan Huberman yang meliputi:

1. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi serta melakukan penelitian kepustakaan untuk memperoleh data primer maupun data sekunder.
2. Reduksi data, di mana dalam tahap ini peneliti mengumpulkan informasi-informasi yang penting yang terkait dengan Peran PLUT-KUMKM Kabupaten Cianjur dalam Menerapkan *Digital Marketing* Bagi UMKM Binaan.

3. Penyajian data, di mana dalam tahap ini penyajian data dapat memudahkan peneliti untuk memahami apa yang sedang terjadi di lapangan dan bagaimana kaitanyya dengan penelitian yang sedang dilakukan.
4. Proses terakhir yaitu penarikan kesimpulan yang merupakan tahap dari verifikasi data berdasarkan hasil reduksi, interpretasi dan penyajian data yang sudah peneliti lakukan. Dari tahapan tersebut akan diperoleh kesimpulan dalam hasil penelitian ini.

Maka berikut adalah hasil pembahasan dari penelitian yang sudah peneliti lakukan dan sudah peneliti olah datanya berdasarkan teori Miles dan Huberman.

Peran PLUT KUMKM bagi UMKM Binaan

Pusat Layanan Usaha Terpadu atau disingkat menjadi PLUT adalah salah satu program Kementerian Koperasi dan UKM (KemenkopUKM) untuk mendorong UKM naik kelas. Dalam menjalankan tugasnya. PLUT melakukan koordinasi dengan perangkat daerah provinsi dan kabupaten atau kota untuk menyinergikan program kerja PLUT dengan program lain yang ada di instansi terkait. PLUT juga memastikan kegiatan yang telah disusun agar berjalan dengan baik serta melakukan pelaporan mengenai pelaksanaan kegiatan kepada pihak yang bersangkutan. PLUT KUMKM Kabupaten Cianjur berperan penting dalam proses perkembangan UMKM di Kabupaten Cianjur. PLUT berperan dalam memfasilitasi UMKM agar bisa melakukan konsultasi terkait bisnisnya kepada para konsultan terpercaya. PLUT juga memfasilitasi UMKM untuk bisa mengikuti pendampingan UMKM yang mana tujuannya adalah untuk memberikan edukasi kepada para pelaku UMKM binaan terkait keberlangsungan suatu usaha.

Layanan konsultasi dan pendampingan UMKM adalah bentuk kegiatan yang diberikan oleh PLUT KUMKM Kabupaten Cianjur kepada UMKM binaan dengan harapan dapat menjadi media untuk mendapatkan atau membantu UMKM memperoleh solusi untuk mengembangkan usahanya. Layanan konsultasi yang diberikan oleh PLUT meliputi lima bidang, yaitu bidang pembiayaan, pemasaran, kelembagaan, produksi, dan sumber daya manusia (SDM). Dalam hal pelaksanaan konsultasi dan pendampingan yang dilakukan maka UMKM binaan PLUT KUMKM Kabupaten Cianjur diharapkan dapat membangun daya saing dengan mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya mengembangkannya. Dan juga diharapkan para pelaku UMKM binaaan dapat mengembangkan ekonomi kerakyatan berbasis potensi lokal yang mandiri dan berdaya saing sesuai dengan tuntutan era industri yang ada.

Menurut Pak Lano selaku konsultan di bidang pemasaran, saat ini jumlah UMKM yang sudah melakukan konsultasi terkait pemasaran produk berdasarkan data layanan di PLUT KUMKM Kabupaten Cianjur sepanjang tahun 2023 ada sebanyak 50-100 pelaku usaha. Data tersebut adalah data gabungan dari UMKM yang sudah menjadi UMKM binaan PLUT dan UMKM yang hanya datang untuk melakukan konsultasi saja. Dan saat ini dalam rangka mempermudah kinerja PLUT, maka diciptakanlah program kerja yang dapat membantu PLUT untuk menjangkau kalangan UMKM dalam memberikan layanan dan fasilitas yang setara bagi semua UMKM di Kabupaten Cianjur. Program kerja tersebut dinamakan Inkubator Bisnis, Inkubator Bisnis PLUT KUMKM Cianjur adalah layanan yang ada di UPTD PLUT-KUMKM Cianjur yang memiliki peran dan fungsi untuk melakukan pembinaan, pelatihan dan pendampingan serta pengembangan pelaku usaha pemula yang inovatif dan produktif.

Melalui peran PLUT yang berkontribusi secara signifikan dalam mendukung pertumbuhan, keberlangsungan, dan kesuksesan UMKM binaan yang terbukti sudah membantu dalam mengoptimalkan potensi usaha, memperluas pasar, meningkatkan daya saing, dan menghadapi tantangan bisnis dengan lebih siap dan terampil untuk bersaing secara lokal maupun global.

Strategi PLUT dalam Menerapkan *Digital Marketing* bagi UMKM Binaan

Melalui ***digital marketing*** bisnis akan mampu menjangkau target konsumen secara potensial dari berbagai segmentasi pasar. Selain itu, strategi ini juga sangat relevan dengan era digital, di mana seluruh aktivitas manusia seringkali dilakukan secara *online*. Penerapan *digital marketing* telah menjadi bagian integral dalam strategi pemasaran dan promosi bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Penerapan *digital marketing* bertujuan untuk memanfaatkan potensi media *digital* sebagai salah satu sarana untuk meningkatkan visibilitas usaha, menjangkau target pasar yang luas, membangun interaksi dengan pelanggan, dan meningkatkan pendapatan UMKM.

Strategi PLUT KUMKM Kabupaten Cianjur dalam menerapkan *digital marketing* bagi UMKM binaan merupakan suatu pendekatan holistik yang dapat membantu UMKM untuk memanfaatkan potensi *digital* secara maksimal. Dalam hal ini, strategi yang dilakukan oleh PLUT Cianjur untuk menerapakan *digital marketing* bagi UMKM binaan yaitu dengan memberikan layanan konsultasi dan pendampingan untuk kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM. PLUT KUMKM Kabupaten Cianjur memiliki program kerja yang dinamai dengan istilah inkubator bisnis.

Inkubator bisnis adalah suatu program atau entitas yang dirancang untuk membantu perusahaan baru atau startup dalam tahap awal perkembangan usahanya. Tujuan dari inkubator bisnis adalah untuk membantu perusahaan

mengatasi tantangan awal yang mereka hadapi, serta memfasilitasi pertumbuhan dan keberhasilan dalam jangka waktu yang panjang. Inkubator bisnis UPTD PLUT KUMKM Kabupaten Cianjur memiliki peran dan fungsi untuk melakukan pembinaan, pelatihan dan pendampingan serta pengembangan para pelaku usaha pemula yang inovatif dan produktif. Layanan yang diberikan oleh PLUT Cianjur dalam inkubator bisnis adalah sebagai berikut.

a. Pendampingan dan Konsultasi
   Inkubator bisnis memfasilitasi bimbingan dan konsultasi kepada para pelaku UMKM baru dalam berbagai aspek bisnis, seperti perencanaan strategi, pengembangan produk, manajemen keuangan, dan pemasaran.
b. Sarana dan Prasarana
   Inkubator bisnis akan menyediakan fasilitas kantor, ruang kerja bersama, akses teknologi, dan infrastruktur lainnya yang diperlukan oleh perusahaan untuk menjalankan operasional mereka.
c. Jaringan dan Kolaborasi
   Inkubator bisnis memfasilitasi pembentukan jaringan secara profesional dengan investor, mentor, dan mitra potensial lainnya. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk memperluas jaringan dan memperoleh sumber daya yang dibutuhkan untuk pertumbuhan usahanya.
d. Pelatihan dan Edukasi
   Program inkubator biasanya menyelenggarakan pelatihan dan *workshop* tentang berbagai topik yang relevan bagi pengusaha baru, seperti manajemen risiko, hukum bisnis, kepemimpinan, dan keterampilan teknis.
e. Akses ke Sumber Pendanaan
   Beberapa inkubator bisnis memiliki koneksi dengan investor atau lembaga keuangan yang dapat membantu perusahaan untuk mendapatkan modal usaha atau investasi lebih lanjut.
f. Pemantauan dan Evaluasi
   Inkubator bisnis secara teratur akan memantau perkembangan dan kinerja perusahaan yang mereka dampingi, serta memberikan umpan balik dan evaluasi untuk membantu mereka memperbaiki strategi bisnis pada usahanya.

Keberadaan inkubator bisnis ini sangat penting dalam ekosistem startup karena mereka membantu meminimalkan risiko awal yang akan muncul,

meningkatkan kesempatan sukses, dan mendorong inovasi di dalam komunitas bisnis secara lokal atau regional.

Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Perkembangan UMKM Binaan

Melalui *digital marketing*, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas secara lokal maupun global. Saat ini banyak sekali *platfrom* yang memfasilitasi para pelaku UMKM untuk bisa memasarkan produknya dalam jangkaun luas melalui jejaring internet. *Platform* seperti media sosial, mesin pencari, dan *marketplace* yang memungkinkan UMKM dapat memperluas cakupan audiens tanpa batasan geografis. Dan untuk saat ini, *marketplace* adalah salah satu *platfrom digital* yang banyak digunakan oleh para pengusaha untuk meningkatkan penjualan pada usahanya.

Marketplace adalah salah satu media *digital* yang memiliki peran penting dalam dunia bisnis, hal ini mengacu pada *platform e-commerce* yang saat ini sudah menjadi jalur alternatif bagi masyarakat untuk melakukan proses jual beli secara cepat dan tepat. Banyak para pelaku UMKM serta konsumen memanfaatkan kemudahan teknologi yang ada dalam melakukan aktivitas jual beli. Adanya situs atau *website* dari suatu *marketplace* dapat membuat orang semakin mudah mencari kebutuhan yang diperlukan tanpa harus membuang tenaga dan waktu. Terlebih lagi di era saat ini para pelaku UMKM dituntut untuk bisa menggunakan *platform marketplace* agar usahanya daapt bersaing secara global. Saat ini sudah banyak tersedia berbagai *platfrom marketplace* yang aman dan mudah digunakan untuk menjalankan suatu usaha hanya melalui *smartphone*.

Ketika pelaku UMKM ingin meningkatkan penjualan, menjangkau pasar secara luas, dan mendapatkan pendapat yang maksimal maka *marketplace* adalah jawabannya. Jika pelaku UMKM tidak menerapkan *marketplace* pada usahanya, maka pendapatannya akan berkurang dan kemungkinan usahanya tidak akan berkembang atau bahkan mengalami penurunan. Dengan adanya *marketplace*, para pelaku UMKM akan lebih beragam dan inovatif dalam menjual produknya yang benar-benar dapat membantu memenuhi kebutuhan hidup konsumen sehari-hari, seperti sembako, peralatan rumah tangga, dan kebutuhan lainnya.

Salah satu cara yang dilakukan oleh PLUT KUMKM dibawah pengawasan Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan dan Perindustrian (Diskuperdagin) Kabupaten Cianjur dalam melakukan pemberdayaan UMKM di Kabupaten Cianjur yaitu dengan membuat sebuah Aplikasi Sistem Informasi Pemasaran Produk UMKM Unggulan atau disingkat menjadi Simpul Manjur. Diciptakannya aplikasi Simpul Manjur bertujuan untuk mendorong para pelaku UMKM agar bisa memasarkan produknya dengan berbasis *digital*. Aplikasi Sistem Informasi Pemasaran Produk Unggulan Daerah atau disingkat menjadi

SIMPUL adalah e-katalog lokal yang berisi produk-produk UMKM Kabupaten Cianjur yang bertujuan untuk membantu masyarakat yang memiliki usaha kecil dan menengah (UKM) untuk mendaftarkan usahanya pada sistem ini dan usahanya dapat diakui oleh Pemerintah Kabupaten Cianjur. Selain menggunakan Simpul Manjur, para pelaku UMKM binaan PLUT Cianjur juga sudah mengikuti perkembangan zaman dengan menggunakan berbagai jesnis *e-commerce* untuk memasarkan produknya.

Simpulan

PLUT KUMKM Kabupaten Cianjur berperan penting dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Cianjur. Peran PLUT yaitu memberikan layanan konsultasi dan pendampingan, mereka memfasilitasi UMKM untuk berkonsultasi dengan konsultan terpercaya dan mengikuti pendampingan untuk mendapatkan edukasi terkait usaha mereka. Layanan konsultasi mencakup bidang pembiayaan, pemasaran, kelembagaan, produksi, dan sumber daya manusia. Menurut Pak Lano, sebanyak 50-100 UMKM telah berkonsultasi terkait pemasaran produk, dan sebagian besar UMKM binaan mengalami peningkatan omset setelah mendapatkan pendampingan dari PLUT.

PLUT Cianjur memberikan layanan konsultasi dan pendampingan bagi UMKM binaan untuk memanfaatkan potensi digital secara maksimal. Mereka memiliki program inkubator bisnis untuk membantu perusahaan baru dalam tahap awal perkembangan usahanya. Visi inkubator bisnis mereka adalah "Terwujudnya Wirausaha Mapan, Inovatif dan Berkelanjutan Yang Dapat Membantu Meningkatkan Potensi Perekonomian Daerah". Dengan misi menciptakan wirausaha baru, memberikan pendampingan dan pelatihan, mendorong kemajuan koperasi dan UMKM dalam pemanfaatan teknologi, mengembangkan ekosistem bisnis, dan mengembangkan jaringan usaha dan kelembagaan. Nilai-nilai inkubator bisnis mereka adalah profesionalitas, integritas, kolaborasi, dan inovasi.

Layanan yang mereka berikan meliputi pendampingan dan konsultasi, sarana dan prasarana, jaringan dan kolaborasi, pelatihan dan edukasi, akses ke sumber pendanaan, pemantauan, dan evaluasi. Keberadaan inkubator bisnis sangat penting dalam ekosistem startup karena mereka membantu meminimalkan risiko awal, meningkatkan kesempatan sukses, dan mendorong inovasi di dalam komunitas bisnis secara lokal atau regional.

Melalui digital marketing, UMKM dapat mengakses pasar global dan lokal dengan lebih luas. Ada banyak platform yang membantu UMKM memasarkan produknya secara online, seperti media sosial, mesin pencari, dan marketplace. Salah satu cara Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan dan Perindustrian (Diskuperdagin) Kabupaten Cianjur memberdayakan UMKM adalah melalui Aplikasi Sistem Informasi Pemasaran Produk UMKM Unggulan

(Simpul Manjur) dan e-katalog lokal (SIMPUL) untuk membantu masyarakat UKM mendaftarkan usahanya. Namun, sebagian pelaku UMKM masih tidak memahami atau menerapkan digital marketing karena kurangnya pemahaman dan pendidikan.

Dalam mengatasi hal ini, dukungan dari pemerintah daerah, lembaga pelatihan, dan komunitas bisnis lokal sangat diperlukan. Sejauh ini, 40% pelaku UMKM di Kabupaten Cianjur memahami *digital marketing*, sementara 60% belum paham. PLUT dan konsultan pemasaran terus berupaya membantu UMKM dalam memahami dan menerapkan digitalisasi pada usahanya melalui pelatihan dan pendampingan. Semua ini bertujuan untuk memaksimalkan potensi digital marketing untuk pertumbuhan UMKM di Kabupaten Cianjur.

Daftar Pustaka

Anastasya, A. (2023). *Data UMKM di Indonesia.* Diakses pada 06 Januari 2024 melalui *https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia*

Carter, Anderson. (2019). *Pengertian, Fungsi, Jenis, dan Ciri-ciri Peran*. Diakses pada 15 November 2023 melalui *https://www.artikelsiana.com/2019/02/Pengertian-peran-fungsi-jenis-peran-ciri-syarat-para-Ahli.html*

Chaffey. (2016). *Tentang Pengertian Digital Marketing*. Diakses pada 15 Desember 2023 melalui *http://repo.darmajaya.ac.id/3517/5/7.%20Bab%20II.pdf#:~:text=Menurut%20Chaffey%20dan%20Chadwick%20%282016%3A11%29%2C%20Dedi%20Purwana%20%282017%3A2%29,pelanggan%20atau%20target%20konsumen%20untuk%20mencapai%20tujuan%20pemasaran.*

Goffman, E. (2024). *Pengertian Peran Menurut Ahli.* Diakses pada 06 Juni 2024 melalui *https://redasamudera.id/definisi-peran-menurut-para-ahli/*

Jauhar, Arifin dan Luqqi. (2017). *Peran Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Terhadap Perekonomian Ukm Perikanan Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur*. Tulungagung. Diakses pada 23 Oktober 2023 melalui *http://repository.ub.ac.id/id/eprint/7810/*

Judijanto, L., & Nurrohman, R. TRANSFORMING THE BUSINESS WORLD: ANALYSIS OF SUSTAINABLE BUSINESS IMPLEMENTATION AND ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNANCE (ESG) IN GAINING INVESTOR TRUST.

Nisa, S. C. (2023). *Pengertian IPTEK Menurut Para Ahli.* Diakses pada 16 Desember 2023 melalui *https://www.teknatekno.com/25258/pengertian-iptek-menurut-para-ahli.html*

Sugiyono. (2017). *Cara Melakukan Analisis Data Menurut Miles dan Huberman*. Diakses pada 17 April 2024 melalui *https://repository.unpas.ac.id/43022/4/13.%20BAB%20III%20SKRIPSI.pdf*

Sugiyono. (2018). *Pengertian Teknik Sampling dan Jenisnya.* Diakses pada 25 Mei 2024 melalui *http://repository.stei.ac.id/2768/4/BAB%20III%20METODA%20PENELITIAN.pdf#*

Sugiyono. (2019). *Pengertian Metode Penelitian Kualitatif Menurut Para Ahli*. : Krisnan. Diakses pada 21 Oktober 2023 melalui *https://meenta.net/pengertian-metode-penelitian-kualitatif/*

Tohar, M. (2022). *Pengertian Usaha Mikro Menurut Ahli*. Diakses pada 15 November 2023 melalui *https://pengayaan.com/pengertian-usaha-mikro-menurut-para-ahli.html*

Utami, T., Purnomo, B., Estiana, R., Padilah, H., Harto, B., Judijanto, L., ... & Nurrohman, R. (2024). *UMKM DIGITAL: Teori dan Implementasi UMKM pada Era Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Yula, A. M., & Nurrohman, R. (2025). ORKESTRASI DIGITAL MARKETING MELALUI SOCIAL MEDIA DI ERA DIGITAL TRANSFORMATION: SEBUAH UPAYA BERKELANJUTAN OLEH NF AKADEMI. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, *12*(7), 2989-2999.