

# Bantuan Mobile Marketing untuk UMKM

<sup>1)</sup>Putu Adi Arimbawa\*, <sup>2)</sup>Muhammad Hafiz Riandi, <sup>3)</sup>Muhammad Dimar Alam

<sup>1,2,3,4,5)</sup>Management Department, Faculty of Economics and Business, Universitas Brawijaya, Indonesia

Email Corresponding: [dimar.alam@ub.ac.id](mailto:dimar.alam@ub.ac.id)\*

## INFORMASI ARTIKEL

## ABSTRAK

### Kata Kunci:

Pengabdian masyarakat  
UMKM  
Pemasaran digital

Pemanfaatan teknologi seluler dalam kegiatan pemasaran dikenal dengan istilah mobile marketing. Mobile marketing menawarkan berbagai manfaat bagi perusahaan yang mampu merancang dan mengembangkan website atau aplikasi yang merupakan bentuk implementasi strategi pemasaran melalui mobile marketing. Tantangan terbesar bagi pelaku usaha khususnya skala mikro, kecil, atau menengah dalam mengadopsi teknologi seluler dalam kegiatan pemasaran adalah kurangnya sumber daya dengan kompetensi yang dapat mengubah strategi pemasaran menjadi website atau aplikasi yang kompatibel dengan perangkat yang dimiliki pelanggan. Selain itu, pemanfaatan teknologi seluler dalam kegiatan pemasaran juga perlu diukur dan dievaluasi melalui perangkat digital yang masih belum umum digunakan dalam kegiatan pemasaran tradisional. Berdasarkan analisis terhadap kondisi mitra, penulis berencana melakukan kegiatan pendampingan untuk mengenalkan strategi dasar dalam mobile marketing kepada pelaku usaha skala mikro, kecil, dan menengah. Selain itu, penulis juga akan memberikan pelatihan penggunaan beberapa alat untuk membantu bisnis mengukur dan mengevaluasi efektivitas penggunaan teknologi seluler dalam kegiatan pemasaran.

## ABSTRACT

### Keywords:

Community service  
MSMEs  
Digital marketing

The utilization of mobile technology in marketing activities is known as mobile marketing. Mobile marketing offers various benefits for companies capable of designing and developing websites or applications, which are forms of implementing marketing strategies through mobile marketing. The biggest challenge for business entities, especially those of small or medium scale, in adopting mobile technology in marketing activities is the lack of resources with the competence to transform marketing strategies into websites or applications that are compatible with the devices owned by customers. Furthermore, the utilization of mobile technology in marketing activities also needs to be measured and evaluated through digital tools that are not yet commonly used in traditional marketing activities. Based on an analysis of partner conditions, the author plans to conduct mentoring activities to introduce basic strategies in mobile marketing to small and medium-sized business entities. Additionally, the author will provide training on the use of various tools to assist businesses in measuring and evaluating the effectiveness of mobile technology usage in marketing activities.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



## I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi di era digital membuka berbagai peluang dan tantangan bagi pemilik atau pengelola usaha. Untuk memanfaatkan peluang guna menciptakan keunggulan kompetitif, atau menjawab tantangan dalam rangka menjaga keberlangsungan usaha, diperlukan keterampilan teknis yang baik dalam memanfaatkan berbagai jenis teknologi yang tersedia untuk pengembangan dan pengelolaan usaha. Salah satu jenis teknologi yang menawarkan kemudahan bagi para pelaku usaha, khususnya dalam skala mikro, kecil, atau menengah adalah teknologi seluler. Teknologi seluler adalah jenis teknologi yang memungkinkan komunikasi dua arah antar perangkat yang terhubung dalam suatu jaringan (IBM, 2023). Kemudahan pemanfaatan teknologi ini oleh masyarakat didukung dengan tersedianya fasilitas jaringan internet.

Dalam dunia bisnis, penggunaan teknologi mobile menawarkan berbagai macam kemudahan terutama dalam aktivitas pemasaran. Perusahaan dapat menjangkau lebih banyak pelanggan, mengidentifikasi perubahan perilaku pelanggan, dan menawarkan berbagai bentuk keterlibatan pelanggan yang menarik dan

interaktif. Pemanfaatan teknologi seluler dalam kegiatan pemasaran dikenal dengan istilah mobile marketing. Bentuk kegiatan pemasarannya dapat berupa mobile website, mobile apps, mobile advertising, mobile loyalty program, dan lain sebagainya. Keunggulan utama mobile marketing dibandingkan aktivitas pemasaran tradisional adalah efektivitas aktivitas pemasaran dalam mencapai tujuan pemasaran dapat diukur secara lebih objektif menggunakan alat analisis digital yang disediakan oleh penyedia layanan seperti Google melalui fitur pencari wawasan. Selain itu, pemasaran seluler juga menawarkan efisiensi biaya dalam aktivitas pemasaran dengan menyederhanakan proses pemasaran tradisional dalam mengumpulkan, menganalisis, dan melaporkan data pelanggan.

Memperoleh manfaat yang ditawarkan oleh teknologi seluler dalam kegiatan pemasaran bukanlah sesuatu yang dapat dicapai oleh semua perusahaan, terutama bagi perusahaan di tingkat mikro, kecil, atau menengah. Tantangan terbesar yang perlu diselesaikan oleh pemilik atau pengelola skala Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah pada proses perancangan dan pengembangan website atau aplikasi pendukung kegiatan mobile marketing. Tanpa karyawan yang memiliki skill atau kompetensi IT yang mampu merealisasikan strategi pemasaran yang telah ditetapkan ke dalam website dan aplikasi yang kompatibel dengan perangkat mobile yang digunakan oleh target pelanggan, maka strategi mobile marketing yang telah dibangun tidak dapat terlaksana. Tantangan lain yang perlu diperhatikan oleh pelaku UMKM sebelum mengadopsi teknologi seluler dalam kegiatan pemasaran adalah kemampuan mengukur dan mengevaluasi keberhasilan pemasaran seluler. Mengukur dan mengevaluasi keberhasilan memerlukan keterampilan teknis yang baik dalam memanfaatkan alat analisis digital.

Berdasarkan penjelasan mengenai kondisi mitra binaan serta perkembangan dan pemanfaatan teknologi mobile dalam kegiatan pemasaran, maka penulis mempunyai inisiatif untuk melakukan suatu kegiatan. Pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan dan pelatihan untuk mengenal strategi dasar dalam mobile marketing dan pemanfaatan beberapa alat analisis digital untuk mengukur dan mengevaluasi keberhasilan penerapan strategi pemasaran melalui teknologi mobile. Penulis berharap melalui kegiatan pendampingan dan pelatihan ini, para pelaku usaha khususnya skala mikro, kecil dan menengah memiliki kompetensi tambahan yang diharapkan dapat menjadi alternatif bagi mereka dalam menangkap peluang atau menyelesaikan tantangan yang muncul di lingkungan usaha khususnya di era digital.

## II. METODE

Metode penelitian yang digunakan untuk menyusun jurnal ini adalah metode deskriptif kualitatif. Data diperoleh secara langsung melalui interaksi dengan UMKM Kota Malang yang mengikuti setiap kegiatan. Kegiatan diawali dengan perencanaan program (pra kegiatan), pelaksanaan program, dan evaluasi program (pasca kegiatan). Berikut Gambar 1 mengenai langkah operasionalnya:

**Perencanaan Program** penentuan materi pelatihan, penyiapan panitia kegiatan, pemberian arahan kerja, pencarian instruktur pelatihan, penyiapan mekanisme pelaksanaan kegiatan, penerbitan pamflet, pelaksanaan latihan kotor dan bersih

Pelaksanaan acara terbagi menjadi 2 yaitu :

1. Sosialisasi pemasaran seluler
2. Bantuan terhadap praktik pemasaran seluler UMKM

**Evaluasi Program** melaksanakan evaluasi kegiatan, penyiapan LPJ, penyiapan jurnal, publikasi media massa, pendaftaran HKI

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat merupakan upaya penyebarluasan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan nilai tambah bagi masyarakat, baik dari segi operasional, kebijakan ekonomi, maupun perubahan perilaku (sosial). Dalam Pengabdian Kepada Masyarakat Sosialisasi Penentuan Keuntungan Usaha Pada UMKM F&B (Food & Beverage) Di Kota Malang dilaksanakan antara lain :

### 1. Sosialisasi

Tahap sosialisasi sebagai tahap pertama sangatlah penting, pada sosialisasi pertama akan memberikan pemahaman kepada para pelaku UMKM tentang pentingnya peran mobile marketing. Pembicara pada pengabdian masyarakat ini adalah Ibu Ayu Firdausiah yang merupakan dosen manajemen Universitas Brawijaya. Kegiatan ini dilaksanakan di Malang Creative Center pada tanggal 30 Agustus 2023. Pada sesi

sosialisasi ini pemateri memberikan pemaparan terkait dasar-dasar ilmu dan teknik pemasaran bagaimana melakukan pemasaran yang efektif dan efisien.



Gambar 1. Sosialisasi

## 2. Pelatihan

Setelah melakukan sosialisasi terkait, pada tahap pelatihan ini peserta UMKM akan diberikan praktik klinik pelatihan sehingga mereka dapat menerapkan metode mobile marketing. Pada sesi ini para peserta sangat antusias karena dibantu secara langsung tentang tata cara pemasaran menggunakan mobile marketing. Peserta yang kebingungan bisa langsung bertanya kepada narasumber mengenai permasalahan yang dihadapi selama ini



Gambar 2. Pelatihan

## 3. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui kemampuan peserta sebelum dan sesudah pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan.



Gambar 3. Evaluasi

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat berupa Sosialisasi dan Pendampingan Mobile Marketing kepada UMKM, dapat disimpulkan bahwa setelah mengikuti sosialisasi dan pendampingan ini, UMKM akan dapat mengetahui konsep dan pengertian mobile marketing yang akan mendukung perkembangan UMKM di era globalisasi ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Hu Grguric, M. (2023) 13 benefits of Mobile Marketing: A detailed guide: Udonis, Udonis Mobile Marketing Agency. Available at: <https://www.blog.udonis.co/mobile-marketing/benefits-of-mobile-marketing> (Accessed: May 6, 2023).
- What is mobile technology? (no date) IBM. Available at: <https://www.ibm.com/topics/mobile-technology> (Accessed: May 6, 2023).