

PENDAMPINGAN DIGITALISASI MARKETING PADA CV. NUGRAHA CIPTA RAHARJA

Afifuddin Wahyu Anandita¹, M.Sulhan²

^{1,2}Universitas Yudharta Pasuruan

Aditngk01@gmail.com sulhan@yudharta.ac.id

Abstract

As intellectuals and members of society who have added value, students are able to act professionally and proportionally in society and in the world of education. A student's intelligent ideas and thoughts are able to change the paradigm that develops in a group and make it directed according to common interests. As students, we must apply the Tri Dharma of Higher Education which includes three important points, namely education and teaching, research and development, and community service. Community service is needed so that the knowledge gained by students is not kept for themselves but strives so that the community also feels the benefits of the knowledge that students have. The aim of this is to have a real impact on MSMEs or so that society can develop and adapt to current conditions. In this service, we are directly involved in providing assistance and development to CV. Nugraha Cipta Raharja which operates in the scaffolding rental services industry. This company is a formwork sub-construction company which was founded on 20 November 2015 in the form of a limited liability company located in Bandrek Hamlet, Mojotengah Village, Sukerejo District, Pasuruan Regency. The reason for this business assistance is because it cannot compete with other rental businesses both in terms of digital marketing operations. The result of our dedication and real assistance is the creation of an Instagram account that is used for promotions.

Keywords : *Community dedication, Rental, Digital Marketing*

Abstrak

Sebagai kaum intelektual dan anggota masyarakat yang mempunyai nilai tambah, mahasiswa mampu memerankan diri secara profesional dan proposional dimasyarakat ataupun di dunia pendidikan. Ide dan pemikiran cerdas seorang mahasiswa mampu merubah paradigma yang berkembang dalam suatu kelompok dan menjadikannya terarah sesuai kepentingan bersama. Sebagai mahasiswa kita harus menerapkan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang meliputi tiga poin penting yakni pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengembangan, serta pengabdian kepada masyarakat. Pengabdian masyarakat diperlukan agar ilmu yang di dapat oleh mahasiswa tidak disimpan untuk dirinya sendiri tetapi berusaha agar masyarakat juga merasakan manfaat dari ilmu yang telah dimiliki oleh mahasiswa. Tujuan dari hal ini adalah guna memberikan impact nyata bagi UMKM atau agar masyarakat agar dapat berkembang dan menyesuaikan dengan kondisi saat ini. Dalam pengabdian ini kami terjun langsung melaukan pendampingan dan pengembangan pada CV. Nugraha Cipta Raharja yang bergerak di industri jasa persewaan scaffolding. Perusahaan ini adalah salah satu perusahaan sub konstruksi bekisting yang berdiri pada 20 November 2015 berupa perseroan komanditer yang terletak di Dusun Bandrek, Desa Mojotengah, Kecamatan Sukerejo, Kabupaten Pasuruan. Alasan pendampingan usaha ini dikarenakan tidak dapat bersaing dengan usaha persewaan lain baik dari segi operasional digitalisasi marketing. Hasil pengabdian dan pedampingan nyata kami adalah pembuatan akun Instagram yang digunakan untuk promosi.

Kata kunci : Pengabdian Masyarakat, Persewaan, Digital Marketing

Submitted: 2023-01-12

Revised: 2023-01-17

Accepted: 2024-01-25

Pendahuluan

Perguruan tinggi adalah suatu tempat atau wadah dalam berinteraksi berbagai ilmu pengetahuan. Perguruan tinggi sangat diperlukan dalam membangun suatu peradaban bangsa terutama bagi generasi penerusnya. Pemerintah menyusun Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 yang berbunyi perguruan tinggi menciptakan lulusan yang memiliki kompetensi yang siap pakai sesuai dengan bidang keilmuan baik secara vokasi maupun secara profesi. Dalam Undang-Undang tersebut terdapat tujuan dari perguruan tinggi yaitu membentuk manusia yang berjiwa Pancasila, menyiapkan sumber daya manusia yang professional dalam mengemban jabatan serta melakukan

suatu penelitian dan mengembangkan ilmu pengetahuan, budaya, serta kehidupan masyarakat. (Maisah, Sohiron, Ahmad Hariandi, Ahmad Sopian, 2020)

Perguruan tinggi merupakan salah satu subsistem pendidikan nasional yang keberadaannya dalam kehidupan bangsa dan negara berperan penting melalui Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menyebut bahwa perguruan tinggi berkewajiban menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Pendidikan diperlukan agar mahasiswa memiliki intelektual dan wawasan yang luas sehingga membantu di dalam proses berpikir mencari solusi terhadap berbagai persoalan. Penelitian diperlukan untuk menghasilkan sebuah karya yang berguna bagi masyarakat dengan landasan penelitian agar karya tersebut tepat sasaran. Pengabdian masyarakat diperlukan agar ilmu yang didapat oleh mahasiswa diterapkan agar masyarakat juga merasakan manfaat dari ilmu yang dimiliki oleh mahasiswa. (Nikmah, 2015)

Dalam penulisan ini kami memfokuskan kepada poin ke tiga yaitu pengabdian kepada masyarakat karena poin terakhir bagi mahasiswa untuk dapat terjun langsung kepada masyarakat yang memiliki usaha untuk memberikan manfaat secara langsung baik dari akademisi dan objek usaha yang dilakukan pendampingan. Seperti yang kita ketahui ada banyak permasalahan-permasalahan di lapangan yang terkadang tidak sesuai dengan apa yang telah kita pelajari di dalam bangku perkuliahan. Begitupun bagi objek usaha yang memerlukan sentuhan akademisi untuk memberikan pandangan lain terkait perkembangan dan kemajuan bisnisnya.

UMKM merupakan singkatan dari usaha mikro, kecil, dan menengah. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah, UMKM adalah usaha produktif orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi. (R. D. Kurniawati dan Ahmad, 2021)

Pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi yang semakin pesat menjadikan perkembangan dunia bisnis mengalami kemajuan yang sangat pesat. Munculnya berbagai jenis perusahaan dalam bidang produk dan jasa menjadi salah satu tanda dari perkembangan tersebut. Sektor jasa memiliki peran penting dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Dengan adanya peningkatan kebutuhan dan semakin meningkatnya tren industri konstruksi di Indonesia. Seperti halnya di Pasuruan adalah CV. Nugraha Cipta Raharja sebagai perusahaan yang bergerak di bidang Kontraktor, Sub Kontraktor Bekisting, dan Rental Scaffolding. Perusahaan berharap mendapat kepercayaan untuk berpartisipasi memasok kebutuhan konstruksi seperti pengadaan Bekisting dan menyewakan alat-alat Perancah Bekisting untuk proyek-proyek yang sedang dan akan berjalan. Dalam upaya memenuhi harapan pelanggan secara optimal, perusahaan didukung oleh sumber daya manusia yang berpengalaman dan kompeten di bidangnya, kepastian waktu penyelesaian proyek, produk yang sesuai mutu, dan perusahaan juga bertekad untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan secara konsisten dan berkesinambungan serta memiliki prinsip fokus pada kepuasan pelanggan.

Peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi di Indonesia merupakan peranan yang sangat penting bahkan tidak hanya dinegara berkembang, tetapi terdapat juga terdapat di negara maju. Perkembangan sektor UMKM pada saat ini jumlahnya telah melambung tinggi bahkan hampir sama dengan jumlah pekerja yang bekerja disektor formal lainnya, hal itu berpengaruh pada persaingan yang juga makin ketat. Oleh karenanya, dibutuhkan strategi pengembangan usaha yang tepat bagi para pelaku UMKM. Salah satu caranya adalah dengan memanfaatkan teknologi digital dalam berbisnis. (Rousdy Safari Samba, 2017)

Digital marketing adalah upaya pemasaran produk dengan menggunakan media digital dan jaringan internet. Banyak kelebihan digital marketing dibandingkan upaya pemasaran tradisional. Kelebihan tersebut adalah kemudahan dalam menjangkau target pasar lebih luas, membutuhkan biaya yang lebih kecil dan menggunakan komunikasi dua arah dengan konsumen. Namun, pemasaran digital bukan tentang memahami teknologi yang mendasarinya, melainkan tentang memahami orang, bagaimana mereka menggunakan teknologi itu dan bagaimana memanfaatkan teknologi untuk terlibat dengan mereka secara lebih efektif dan harus lebih didorong oleh kualitas komunikasi pada kuantitasnya.

Metode

Pada program pengabdian masyarakat dan pendampingan di CV. Nugraha Cipta Raharja yang sudah berjalan selama 1 bulan ini, peneliti menggunakan beberapa metode untuk melakukan klasifikasi masalah dan pendekatan dalam menyampaikan serta memecahkan masalah yang ada. Selesai kegiatan pendampingan ini dilakukan, sangat diharapkan CV. Nugraha Cipta Raharja pada khususnya, mampu mengimplementasi dan menerapkan pengetahuan serta pemahaman yang telah diperoleh untuk mengoptimalkan keberadaan bisnisnya. UMKM diharapkan memiliki kemampuan yang memadai untuk memanfaatkan keberadaan media sosial sebagai sarana promosi online dan mengikuti perkembangan yang ada. Adapun metode-metode penelitian adalah sebagai berikut :

- **Observasi**

Dalam tahapan ini peneliti melihat langsung dan mengamati kegiatan operasional pada CV. Nugraha Cipta Raharja selama 1-2 minggu untuk mengetahui tentang kelebihan, kekurangan, kelemahan serta kendala apa saja yang ada. Sehingga peneliti dapat menjadikan suatu tolak ukur dalam kelayakan untuk pendampingan pada usaha ini.

- **Pelaksanaan**

Setelah melakukan observasi peneliti melakukan sesi diskusi dengan HRD dan karyawan terkait rekomendasi-rekomendasi peneliti untuk mengevaluasi terkait kelebihan, kelemahan, kekurangan, atau perbaikan yang telah ditemukan peneliti selama observasi. Dalam proses ini peneliti melakukan klasifikasi tentang gambaran temuan peneliti agar arah pendampingan ini menemukan titik terang dan jelas. Dalam proses ini setelah melakukan observasi dan diskusi peneliti memberikan saran serta langkah ataupun aktifitas yang telah kita rekomendasikan baik dari segi operasional dan promosi online sebagai penerapan strategi pemasaran untuk memberikan suatu rumusan baru serta memaksimalkan peluang yang ada.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum CV. Nugraha Cipta Raharja

Berdiri sebagai perusahaan Sub Konstruksi Bekisting 20 Nopember 2015 berupa Perseroan Komanditer bernama CV. Nugraha Cipta Raharja berkedudukan dan berkantor di Dusun Bandrek RT. 01, RW 05, Desa Mojotengah, Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Pasuruan berdasarkan Akta pendirian dari Kantor Notaris Hardi Wigianto, No. Akte 24. Perusahaan ini bergerak di bidang

Kontraktor, Sub Kontraktor Bekisting, dan Rental Scaffolding. Perusahaan berharap mendapat kepercayaan untuk berpartisipasi memasok kebutuhan konstruksi seperti pengadaan Bekisting dan menyewakan alat-alat Perancah Bekisting untuk proyek-proyek yang sedang dan akan berjalan.

Dalam upaya memenuhi harapan pelanggan secara optimal, perusahaan didukung oleh sumber daya manusia yang berpengalaman dan kompeten di bidangnya, kepastian waktu penyelesaian proyek, produk yang sesuai mutu, dan kami juga bertekad untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan secara konsisten dan berkesinambungan serta memiliki prinsip fokus pada kepuasan pelanggan.

Tahap Observasi

Metode yang digunakan dalam penadmpingan ini adalah tahap observasi dan wawancara. Menurut Sugiyono (2017:229) menyatakan bahwa observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Sementara wawancara adalah merupakan pertemuan dua oaring untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara yang dilakukan adalah komunikasi dua arah untuk memperoleh informasi dari HRD dan karyawan untuk mencari informasi dan bertanya langsung tentang suatu objek yang akan diteliti.

Tahap pertama adalah observasi yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengetahuan tentang karyawan terhadap teknologi digital terutama media sosial dan juga tentang kesulitan yang dialami tentang keterlambatan terhadap memanfaatkan teknologi yang ada.

Tahap kedua yaitu dengan wawancara memberikan pertanyaan mengenai kesulitan tentang pemahaman literasi teknologi digital. Dengan melakukan wawancara kami dapat menyimpulkan bahwa pemahaman masih kurang dalam mengetahui pemanfaatan teknologi digital.

Tahap ketiga kami langsung memberikan ide beserta gagasan dan diajarkan pemahaman mengenai mekanisme digital marketing melalui media sosial dan bentuk implementasi dari pendampingan ini adalah pembuatan akun media sosial.



Gambar 1

Kunjungan awal di CV. Nugraha Cipta Raharja

Tahap Pelaksanaan

berbentuk pemasaran secara digital atau menggunakan internet atau media sosial dan hampir semua kalangan menggunakan media sosial yang mana ini akan efektif untuk pemasaran suatu produk dalam menargetkan konsumen, Observasi dan wawancara dilaksanakan dengan hasil bahwa kurangnya pengetahuan akan digital marketing yang ditandai dengan masih melakukan penjualan mulut ke mulut dan hanya mengandalkan lingkungan sekitar. Hal ini dimulai dengan menginformasikan mengenai digital marketing melalui media sosial. Digital marketing adalah suatu memperluas jangkauan pemasaran dan penyampaian informasi produk.

Implementasi dari pelatihan ini adalah pembuatan akun media sosial. Pembuatan akun media sosial dilaksanakan dengan memberikan informasi terhadap isi dari setiap akunnya dan juga cara penggunaan aplikasi untuk memasarkan sebuah produk, contoh akun tersebut adalah cara membuat akun Instagram, kemudian pemberian informasi terhadap fitur-fitur didalamnya, sehingga jika suatu saat karyawan belum mengerti cara penggunaan Instagram bisa dikembangkan dan diberi pelatihan mengenai cara mengupload atau memposting produk pada akun Instagram. Kami memilih akun Instagram dikarenakan lebih efektif dan efisien serta memiliki jangkauan yang luas. Tujuan adanya pelatihan dan pendampingan ini adalah untuk mengembangkan pengetahuan dan keterampilan mengenai media sosial dan diharapkan mampu meningkatkan penyewaan scaffolding pada CV. Nugraha Cipta Raharja.

**Gambar 2****Diskusi terkait penerapan hasil observasi**

Kesimpulan

Dengan adanya kegiatan ini mendapatkan hasil yang sangat membantu perusahaan CV. Nugraha Cipta Raharja dalam pengenalan digita marketing di media sosial, sehingga perusahaan dapat memanfaatkan media sosial berupa Instagram tersebut untuk meningkatkan pendapatan.

Daftar Pustaka

- Abdul Mu'iz Ihsan, Yatnanta Ramadhana, Agus Hermawan, dan Agung Winarno. (2023). Pendampingan Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Era Digitalisasi Pada CV. Airlangga Trans. *JurnalPemantik*, Volume 2, No. 2, Juli-Desember 2023, hal. 104-113.
- Kadeni, Ninik Srijani (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Equilibrium*. Volume 8, No. 2, Juli 2020
- Muhammad Qurhtuby, Dinda Nur Fahira, Efa Agustina (2021). Digital Marketing Implementation :Implentasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Industri di Kelurahan Tangkerang. *Jurnal Pendidikan Tabusai*. Volume 5, Nomor 2, 2021
- Nanto Purnomo (2020). Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing. *Jurnal Karya Abadi*. Volume 4, No. 3, Desember 2020
- Nisa Najwa Nurazizah, Neneng Mulyati, Irma Fahira, Marthia Askin, Yusup, dan Moch. Ramdan Nurbanyu (2022). Pelatihan Digital Marketing Melalui Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Berbasis Rengginang (KKM Kelompok 3 Divisi Pemasaran). *Jurnal penelitian dan pengabdian*. Volume 1, No. 1, Agustus 2022