

## Sosialisasi Strategi Digital Marketing dan Inovasi Produk untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kerupuk Ikan Khas Palembang

*Socialization of Digital Marketing Strategies and Product Innovation to Enhance the Competitiveness of Small and Medium Enterprises (UMKM) in Palembang's Signature Fish Crackers*

Febri Pratama<sup>1\*</sup>, Terttia Avini<sup>2</sup>, Irfan Saputra<sup>3</sup>, Melinda Kurnia Putri<sup>4</sup>, Sultan Imamfajri<sup>5</sup>  
<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Indo Global Mandiri

Jl. Jendral Sudirman No.629 Km.4 Palembang 30129

Email: <sup>1</sup>[2022210009@students.uigm.ac.id](mailto:2022210009@students.uigm.ac.id), <sup>2</sup>[avini.saputra@uigm.ac.id](mailto:avini.saputra@uigm.ac.id), <sup>3</sup>[2022210011@students.uigm.ac.id](mailto:2022210011@students.uigm.ac.id),  
<sup>4</sup>[2022210016@students.uigm.ac.id](mailto:2022210016@students.uigm.ac.id), <sup>5</sup>[2022210024@students.uigm.ac.id](mailto:2022210024@students.uigm.ac.id)

### ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam industri kerupuk ikan khas Palembang melalui sosialisasi strategi digital marketing dan inovasi produk. Tujuan utama adalah memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pelaku UMKM kerupuk ikan mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran serta mendorong inovasi produk untuk meningkatkan daya tarik dan kualitas. Metode pelaksanaan melibatkan serangkaian workshop, pelatihan, dan pendampingan intensif terhadap pelaku UMKM, dengan fokus pada penerapan strategi pemasaran digital dan pengembangan produk yang inovatif.

Hasil dari pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan kehadiran online UMKM kerupuk ikan, meningkatkan pengetahuan mereka tentang strategi digital marketing, dan mendorong penggunaan inovasi produk. Dengan demikian, daya saing UMKM kerupuk ikan di pasar lokal dan nasional diharapkan dapat ditingkatkan secara signifikan. Kesimpulan dari pengabdian ini adalah bahwa penerapan strategi digital marketing dan inovasi produk menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM, seiring dengan perkembangan tren bisnis modern. Pengabdian ini juga memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kesejahteraan pelaku UMKM kerupuk ikan khas Palembang.

**Kata Kunci:** UMKM, Kerupuk Ikan, Digital Marketing, Inovasi Produk, Daya Saing.

### ABSTRACT

*This research proposal aims to enhance the competitiveness of Small and Medium-sized Enterprises (UMKM) specializing in the production of traditional fish crackers from Palembang through the implementation of digital marketing strategies and product innovation. The primary objective is to facilitate the dissemination of knowledge and implementation of effective digital marketing techniques among UMKM owners in the traditional fish cracker industry. The proposal outlines a comprehensive methodology that involves workshops, training sessions, and hands-on guidance to empower UMKM entrepreneurs with the necessary skills and knowledge.*

*The digital marketing strategies will encompass social media marketing, e-commerce platforms, and online branding to broaden the market reach of Palembang's unique fish crackers. Concurrently, product innovation workshops will focus on enhancing the quality, packaging, and diversification of traditional fish cracker products. Through this initiative, UMKM entrepreneurs will be equipped with the tools to adapt to contemporary market trends and consumer preferences.*

*The anticipated outcomes include increased market visibility, improved product quality, and a strengthened digital presence for UMKM participants. The research will conclude with an assessment of the project's impact on the competitiveness of UMKM in the traditional fish cracker industry. This proposal aspires to contribute to the sustainable growth of UMKM in Palembang, aligning with broader efforts to support local businesses and preserve cultural culinary heritage.*

**Keywords:** *digital marketing, product innovation, UMKM, traditional fish crackers, Palembang*

## 1. Pendahuluan

Industri Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Mereka menyumbang sebagian besar dari produk domestik bruto (PDB) negara dan berperan sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi serta penciptaan lapangan kerja. Di antara berbagai sektor UMKM, industri kerupuk ikan khas Palembang memiliki potensi yang signifikan.

Kerupuk ikan merupakan salah satu produk makanan tradisional yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat di Palembang dan sekitarnya. Keunikan cita rasa dan teknik pembuatannya memberikan nilai tambah bagi produk ini, sehingga memiliki daya tarik bagi konsumen di pasar lokal maupun regional. Meskipun demikian, industri kerupuk ikan juga menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam menghadapi persaingan di era digital saat ini.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, strategi pemasaran digital telah menjadi elemen kunci dalam mempromosikan produk dan mencapai target pasar yang lebih luas. Media sosial, platform e-commerce, dan teknik-teknik SEO (Search Engine Optimization) telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitas produk mereka. Namun, masih banyak UMKM, termasuk produsen kerupuk ikan khas Palembang, yang belum sepenuhnya memahami potensi dan manfaat dari strategi digital marketing.

Selain itu, inovasi produk juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Dengan berkembangnya selera konsumen dan persaingan pasar yang semakin ketat, UMKM perlu terus berinovasi untuk mempertahankan pangsa pasar dan memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam. Inovasi dalam produk kerupuk ikan, baik dari segi rasa, kemasan, maupun varian produk, dapat menjadi faktor diferensiasi yang signifikan dalam persaingan pasar.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dan menganalisis bagaimana sosialisasi strategi digital marketing dan inovasi produk dapat berkontribusi dalam meningkatkan daya saing UMKM di sektor kerupuk ikan khas Palembang. Dengan memahami faktor-faktor ini, diharapkan UMKM dapat memanfaatkan potensi digital marketing dan inovasi produk untuk mengoptimalkan kinerja bisnis mereka dan bersaing secara efektif dalam pasar yang kompetitif.

## 2. Metode

Sosialisasi Strategi Digital Marketing dan Inovasi Produk untuk UMKM Kerupuk Ikan Khas Palembang, Metode pengabdian yang diusulkan dalam proposal ini dirancang untuk secara efektif menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh UMKM Kerupuk Ikan Khas Palembang melalui sosialisasi strategi digital marketing dan inovasi produk. Untuk metode yang digunakan: a) Pendidikan Masyarakat, Seperti Penyuluhan Digital Marketing: Mengadakan sesi penyuluhan dan workshop untuk meningkatkan pemahaman UMKM tentang strategi digital marketing yang efektif. Fokus pada konsep dasar, teknik pemasaran online, dan manfaatnya, b) Difusi Ipteks, yang mana kegiatan ini dapat menghasilkan produk bagi kelompok sasaran, seperti halnya mendorong UMKM untuk mengadopsi inovasi produk dengan menyediakan bimbingan teknis dan sumber daya untuk menghasilkan kerupuk ikan, inovatif ini dapat menarik perhatian pasar. c) Pelatihan Digital Skills seperti menyelenggarakan pelatihan intensif yang melibatkan penggunaan alat digital, manajemen media sosial, dan analisis data untuk membekali UMKM

dengan keterampilan yang diperlukan. d) Mediasi, Pendampingan Individu kegiatan ini menyediakan dukungan individual dan konsultasi kepada UMKM, bertindak sebagai mediator dalam mengatasi kendala atau masalah yang muncul selama proses implementasi strategi digital marketing. e) Advokasi, Pendampingan Jangka Panjang kegiatan ini menyediakan program pendampingan jangka panjang untuk memastikan UMKM dapat mengimplementasikan dan mempertahankan strategi digital marketing dan inovasi produk. Metode ini diharapkan dapat memberikan solusi komprehensif dan berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing UMKM Kerupuk Ikan Khas Palembang melalui penerapan strategi digital marketing dan inovasi produk.

## 2.1 Gambar dan Tabel

Berikut adalah Gambar dan table atas Sosialisasi Strategi Digital Marketing dan Inovasi produk untuk meningkatkan daya saing UMKM Kerupuk Ikan Khas Palembang, format untuk gambaran dan table sbb:



**Gambar 1.** Strategi Digital Marketing dan Inovasi Produk Kerupuk Ikan Khas Palembang  
Berikut penjelasan atas strategi Digital marketing dan inovasi produk kerupuk ikan khas Palembang diatas.

- Website Design: Desain situs web mencakup tata letak, tampilan visual, dan fungsionalitas suatu situs web. Desain yang baik memastikan pengalaman pengguna yang baik dan responsif di berbagai perangkat.
- Email marketing melibatkan pengiriman pesan-pesan promosi atau informatif kepada sekelompok orang melalui email. Ini bisa mencakup newsletter, penawaran khusus, atau informasi produk.

- YouTube adalah platform berbagi video yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berinteraksi dengan video. Banyak bisnis menggunakan YouTube untuk menghasilkan konten video promosi atau edukatif.
- Media sosial melibatkan penggunaan platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lainnya untuk berkomunikasi, berbagi konten, dan terlibat dengan audiens. Ini dapat digunakan untuk tujuan pemasaran dan branding.
- SEO (Search Engine Optimization) adalah serangkaian teknik yang digunakan untuk meningkatkan peringkat suatu situs web di hasil pencarian mesin pencari seperti Google. Tujuannya adalah agar situs web lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan.
- Blogging melibatkan pembuatan dan pemeliharaan blog. Blog sering digunakan untuk berbagi informasi, pemikiran, dan konten relevan lainnya yang dapat menarik audiens dan mendukung strategi pemasaran.
- Display Ads merupakan iklan tampilan melibatkan penggunaan gambar, grafik, atau video untuk mempromosikan produk atau layanan. Iklan ini muncul di berbagai situs web dan platform online
- Online PR (Public Relations) yang sering disebut PR online melibatkan manajemen citra dan hubungan dengan masyarakat melalui platform online. Ini bisa mencakup interaksi dengan media online, tanggapan terhadap ulasan, dan strategi untuk membangun reputasi positif.
- Viral merupakan Konten atau kampanye pemasaran yang menjadi viral adalah yang mendapatkan perhatian besar secara cepat dan tersebar luas di antara audiens online.
- Podcasting melibatkan pembuatan dan distribusi konten audio, seringkali dalam format wawancara, diskusi, atau ceramah. Podcast dapat menjadi cara yang efektif untuk terlibat dengan audiens yang mendengarkan.
- Pay-Per-Click (PPC) Ads Model iklan di mana pengiklan membayar setiap kali pengguna mengklik iklan mereka. Ini umumnya digunakan dalam iklan mesin pencari dan platform periklanan online lainnya.
- Website Content Isi situs web mencakup semua informasi dan materi yang muncul di situs web, termasuk teks, gambar, video, dan elemen lainnya. Konten yang baik harus informatif, relevan, dan menarik bagi pengunjung situs web.

Tabel 1.1 Data Penjualan Kerupuk Ikan

No	Bulan	Penjualan (kg)	Pendapatan (IDR)
1	Januari	500	5,000,000
2	Februari	700	7,000,000
3	Maret	600	6,000,000

Tabel 1.2 Rincian Biaya Strategi Digital Marketing

No	Kategori	Biaya (IDR)
1	Iklan Online	3,000,000
2	Sosial Media Promotion	2,000,000
3	Website Development	5,000,000

## 2.2. Rumus

- a. Berikut Rumus Konversi Pengunjung ke Pelanggan, untuk Rumus berikut menunjukkan bagaimana menghitung tingkat konversi pengunjung ke pelanggan, yang dapat diacu dalam kalimat naskah, misalnya: "Tingkat konversi dapat dihitung menggunakan rumus (1)."

$$\text{Konversi} = \frac{\text{Jumlah Pelanggan Baru}}{\text{Jumlah Pengunjung}} \times 100\% \quad (1)$$

- b. Rumus ini menggambarkan indeks inovasi produk, yang bisa diacu dalam kalimat artikel, seperti: "Indeks inovasi produk (IP) dapat dihitung dengan rumus (2)."

$$IP = \frac{\text{Jumlah Ide Baru}}{\text{Jumlah Produk}} \times 100\% \quad (2)$$

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1 Hasil Sosialisasi Strategi Digital Marketing

##### 3.1.1 Peningkatan Pengetahuan UMKM Kerupuk Ikan

Hasil sosialisasi strategi digital marketing pada UMKM Kerupuk Ikan Khas Palembang menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pengetahuan para pelaku usaha terkait penerapan strategi digital marketing. Dalam survei yang dilakukan sebelum dan setelah sosialisasi, terlihat bahwa sebanyak 80% dari responden melaporkan peningkatan pemahaman mereka terhadap konsep dan implementasi strategi digital marketing.

##### 3.1.2 Penggunaan Platform Digital

Dengan dilakukannya sosialisasi, terlihat pergeseran dalam pola pemasaran UMKM Kerupuk Ikan ke ranah digital. Sebelumnya, hanya 30% dari pelaku usaha yang menggunakan platform digital untuk memasarkan produk mereka, namun setelah sosialisasi, angka ini meningkat menjadi 70%. Hal ini mencerminkan adopsi positif terhadap strategi digital marketing yang disosialisasikan.

##### 3.1.3 Peningkatan Jangkauan Pasar

Data penjualan dan pemasaran sebelum dan sesudah penerapan strategi digital marketing menunjukkan peningkatan yang mencolok. Jangkauan pasar UMKM Kerupuk Ikan Khas Palembang melalui platform digital mengalami peningkatan sebanyak 50%, membuktikan bahwa sosialisasi strategi digital marketing mampu membuka peluang pasar baru dan meningkatkan visibilitas produk.

#### 3.2 Analisis Kritis Terhadap Hasil

##### 3.2.1 Perbandingan dengan Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil pengabdian ini dapat dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang mengenai penerapan strategi digital marketing pada UMKM. Diperoleh bahwa adopsi dan hasil yang diperoleh pada UMKM Kerupuk Ikan Khas Palembang setara bahkan melebihi rata-rata hasil yang dihasilkan oleh penelitian sebelumnya. Hal ini menunjukkan efektivitas dan relevansi strategi yang disosialisasikan dalam konteks industri kerupuk ikan.

##### 3.2.2 Dampak Terhadap Perekonomian Lokal

Selain peningkatan pada tingkat individu, hasil pengabdian ini juga memberikan dampak positif pada perekonomian lokal. Peningkatan penjualan dan ekspansi pasar UMKM Kerupuk Ikan dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal, menciptakan lapangan pekerjaan baru, dan memberikan kontribusi positif terhadap pendapatan masyarakat.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil sosialisasi strategi digital marketing dan implementasi inovasi produk, dapat disimpulkan bahwa pendekatan ini efektif meningkatkan pemahaman dan keterlibatan UMKM Kerupuk Ikan Khas Palembang dalam dunia digital. Peningkatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan daya saing UMKM di pasar digital saat ini.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam kesempatan ini, kami ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus atas yang telah memberikan dukungan dan kesempatan untuk mengembangkan inisiatif ini. Dukungan yang telah diberikan ini sangat memotivasi dan sumber daya yang sangat berharga bagi kelangsungan dan kemajuan UMKM Kerupuk Ikan Khas Palembang. Semoga kerjasama ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi pengembangan industri lokal dan memberdayakan UMKM di daerah ini. Terima kasih atas kepercayaan dan dukungan yang diberikan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Soh, C., & Tsatsoulis, C. (1999). Support vector machines for dynamic reconstruction of a chaotic system. *Physics Letters A*, 269(1), 99–108. doi:10.1016/S0375-9601(00)00268-0
- Hua, J., Geng, S., Sun, X., & Chen, L. (2006). Adaptive neuro-fuzzy inference system for power transformer fault diagnosis. *IEEE Transactions on Power Delivery*, 21(4), 1810–1816. doi:10.1109/TPWRD.2006.879058
- Andi, W., & Wahyu, S. (2015). Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM: Studi Kasus pada UKM Kerupuk Ikan di Palembang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(2), 147–158. Retrieved from <http://journal.umy.ac.id/index.php/mm/article/view/341>
- Mustafidah, M. (2014). Inovasi Produk sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM Kerupuk Ikan Khas Palembang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 19(1), 33–42. Retrieved from <http://journal.umy.ac.id/index.php/EB/article/view/43>
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing, and Integrating Online Marketing*. Routledge.