

Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Digital untuk Mengoptimalkan Proses Bisnis Harmony Herbaltea

Oklian Frendy Kurniawan & Siti Ning Farida

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

21042010180@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu UMKM Harmony Herbaltea di Kecamatan Ngadirojo, Kabupaten Pacitan, dalam memanfaatkan strategi digital marketing untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan. Harmony Herbaltea, yang memproduksi teh herbal alami, sebelumnya mengandalkan pemasaran konvensional yang terbatas. Program ini meliputi pembuatan website bisnis, pengelolaan akun Google My Business, serta pengembangan media sosial melalui Facebook Fanpage dan Instagram Bisnis. Website berfungsi sebagai platform e-commerce dengan optimasi SEO untuk meningkatkan visibilitas, sedangkan akun Google My Business membantu meningkatkan aksesibilitas informasi lokal. Media sosial digunakan untuk promosi dan interaksi dengan pelanggan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam jangkauan pasar dan penjualan, dengan Harmony Herbaltea berhasil memanfaatkan platform digital untuk memperkuat kehadiran online dan mendukung pertumbuhan usaha di pasar yang kompetitif.

Kata Kunci: UMKM, Digital Marketing, Pemasaran Online, Media Sosial.

ABSTRACT

This community service activity aims to help Harmony Herbaltea UMKM in Ngadirojo District, Pacitan Regency, in utilizing digital marketing strategies to expand marketing reach and increase sales. Harmony Herbaltea, which produces natural herbal tea, previously relied on limited conventional marketing. This program includes creating a business website, managing a Google My Business account, and developing social media through Facebook Fanpage and Instagram Business. The website functions as an e-commerce platform with SEO optimization to increase visibility, while the Google My Business account helps increase the accessibility of local information. Social media is used for promotion and interaction with customers. The results of the activity showed a significant increase in market reach and sales, with Harmony Herbaltea successfully utilizing digital platforms to strengthen its online presence and support business growth in a competitive market.

Keywords: UMKM, Digital Marketing, Online Marketing, Social Media.



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa transformasi besar dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan bisnis. Salah satu sektor yang mengalami perubahan signifikan adalah pemasaran. Dalam konteks ini, digital marketing menjadi sebuah alat yang sangat penting bagi pelaku usaha, terutama bagi bisnis kecil dan menengah (UMKM), untuk memperkenalkan produk mereka secara lebih efektif dan efisien (Arianto, 2021). Digital marketing memungkinkan bisnis untuk menjangkau konsumen lebih luas, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta mempromosikan produk melalui berbagai platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan website. Di era digital ini, pemasaran secara online tidak hanya dianggap sebagai opsi tambahan, tetapi sebagai kebutuhan yang esensial untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Digital marketing adalah salah satu cara yang paling efektif untuk menjangkau konsumen di dunia yang serba terhubung secara digital.

Harmony Herbaltea, sebuah usaha mikro yang bergerak di bidang produksi dan penjualan teh herbal, merupakan salah satu contoh UMKM yang memiliki potensi besar untuk berkembang lebih lanjut. Dengan menawarkan produk teh herbal yang mengutamakan kesehatan dan bahan-bahan alami, Harmony Herbaltea memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen yang peduli terhadap gaya hidup sehat. Namun, seperti banyak UMKM lainnya, tantangan yang dihadapi oleh Harmony Herbaltea adalah keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan. Saat ini, pemasaran konvensional yang dilakukan cenderung kurang optimal karena tidak mampu menjangkau target pasar yang

lebih luas. UMKM yang mampu mengadopsi digital marketing cenderung memiliki daya saing lebih tinggi karena mereka dapat memanfaatkan berbagai platform online untuk memperkenalkan produk secara lebih luas.

Dalam rangka mengatasi hambatan ini, penerapan strategi digital marketing menjadi solusi yang sangat relevan. Digital marketing memungkinkan usaha kecil seperti Harmony Herbaltea untuk memperluas pasar tanpa batasan geografis, memperkenalkan produk mereka melalui konten kreatif, serta membangun interaksi yang lebih dekat dengan konsumen. Platform seperti media sosial, situs e-commerce, serta optimasi mesin pencari (SEO) dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan visibilitas produk secara online. Penggunaan strategi digital marketing yang tepat dapat meningkatkan brand awareness dan membantu bisnis bertahan di pasar yang kompetitif. Penggunaan teknologi digital yang benar juga mendukung usaha dalam mencapai keberlanjutan jangka panjang.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu Harmony Herbaltea dalam mengoptimalkan pemanfaatan digital marketing sebagai media pemasaran. Melalui program pelatihan dan pendampingan, pelaku usaha akan diberikan pengetahuan mengenai strategi pemasaran digital yang efektif, mulai dari pembuatan konten, pengelolaan media sosial, hingga penggunaan e-commerce sebagai saluran distribusi. Selain itu, kegiatan ini juga akan membahas pentingnya SEO (Search Engine Optimization) dalam meningkatkan visibilitas produk di mesin pencari, sehingga mempermudah calon konsumen menemukan produk Harmony Herbaltea secara online.

Dengan demikian, diharapkan melalui kegiatan pengabdian ini, Harmony Herbaltea mampu mengintegrasikan strategi pemasaran

digital secara efektif dalam proses bisnisnya, yang tidak hanya akan meningkatkan penjualan, tetapi juga memperkuat posisi usaha di tengah persaingan pasar digital.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada bisnis Harmony Herbaltea ini dilakukan dengan pendampingan dan praktek langsung, yang tahapan pelaksanaan dapat didiskripsikan dalam tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan pengabdian

No	Tahapan	Kegiatan
1	Tahap Awal	a. Survei dan observasi lapangan b. Wawancara dan Diskusi. c. Penentuan sasaran program
2	Tahap Persiapan	a. Penyusunan konsep kegiatan b. Menyiapkan keperluan kegiatan.
3	Penyusunan program hasil kesepakatan	a. Pembahasan bersama pemilik usaha b. Penyusunan jadwal kegiatan c. Penetapan indikator keberhasilan
4	Implementasi kegiatan	a. Pembuatan media sosial, pembuatan website, dan pengelolaan e-commerce. b. Pendampingan dalam penerapan strategi pemasaran digital c. Pengembangan konten digital
5	Laporan	Penyusunan laporan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Harmony Herbaltea adalah sebuah usaha mikro yang bergerak di bidang produksi dan penjualan teh herbal. Produk utama yang dihasilkan oleh Harmony Herbaltea adalah teh herbal alami yang dibuat dari bahan-bahan organik dan ramuan tradisional. Produk ini menyasar segmen pasar yang peduli terhadap kesehatan dan mencari alternatif minuman sehat yang dapat memberikan manfaat bagi tubuh. Di tengah tren gaya hidup sehat yang semakin populer, Harmony Herbaltea memiliki potensi besar untuk berkembang, terutama dengan meningkatnya permintaan akan produk-produk alami dan organik.

Meskipun produk yang ditawarkan berkualitas tinggi, salah satu tantangan utama yang dihadapi Harmony Herbaltea adalah dalam hal pemasaran. Sebelumnya, pemasaran dilakukan secara konvensional dengan menggunakan jaringan lokal dan offline. Hal ini membatasi jangkauan pasar, karena produk hanya dikenal di kalangan yang terbatas. Dengan demikian, potensi pertumbuhan bisnisnya belum optimal. Selain itu, Harmony Herbaltea belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital yang saat ini menjadi salah satu kunci kesuksesan dalam memperluas jangkauan konsumen.

Dengan memasuki era digital, pemanfaatan strategi pemasaran online menjadi kebutuhan yang mendesak bagi bisnis seperti Harmony Herbaltea. Digital marketing menawarkan berbagai peluang untuk memperluas jangkauan pasar secara lebih luas, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta memperkenalkan produk kepada audiens yang lebih besar. Media sosial, e-commerce, serta website adalah platform yang dapat digunakan untuk meningkatkan visibilitas produk Harmony Herbaltea secara online. Selain itu, digital

marketing memungkinkan pemasaran dilakukan dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan metode pemasaran tradisional, namun dengan hasil yang lebih efektif.

Pendampingan digital marketing yang diberikan kepada pemilik usaha Harmony Herbaltea bertujuan untuk mengatasi kendala ini. Melalui pendampingan tersebut, mereka belajar bagaimana memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produk secara lebih efektif. Media sosial, seperti Instagram dan Facebook, dimanfaatkan sebagai saluran untuk membangun brand awareness dan berinteraksi dengan pelanggan. Selain itu, diimplementasikan untuk memperluas saluran distribusi produk secara online, sehingga pelanggan dapat dengan mudah membeli produk tanpa terbatas oleh lokasi geografis.

Pentingnya pengelolaan konten yang menarik juga menjadi fokus utama dalam kegiatan ini. Pemilik usaha Harmony Herbaltea kini memahami bagaimana membuat konten yang relevan dan mampu menarik perhatian calon konsumen, mulai dari foto produk yang menarik hingga pembuatan caption yang informatif. Konten yang menarik tidak hanya meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga membangun interaksi yang lebih baik dengan konsumen, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan.

Secara keseluruhan, melalui penerapan strategi digital marketing yang tepat, Harmony Herbaltea diharapkan dapat meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Proses bisnis yang terintegrasi dengan pemasaran digital tidak hanya akan membantu memperluas jangkauan konsumen, tetapi juga memberikan peluang pertumbuhan yang lebih besar bagi bisnis di masa depan. Harmony Herbaltea kini berada di jalur yang tepat untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai alat

yang dapat mengoptimalkan proses bisnis mereka, meningkatkan penjualan, dan membangun kehadiran yang kuat di dunia online.

Pembuatan Website Bisnis

Pembuatan website bisnis untuk Harmony Herbaltea menjadi langkah penting dalam memperluas jangkauan pasar dan memperkuat pemasaran digital. Website berfungsi sebagai etalase digital, menampilkan produk teh herbal secara profesional dan memberikan informasi lengkap kepada konsumen. Dengan fitur e-commerce, pelanggan dapat melakukan pembelian langsung secara online, meningkatkan efisiensi transaksi dan pengelolaan penjualan. Optimalisasi SEO diterapkan untuk meningkatkan visibilitas website di mesin pencari, membantu menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan penjualan. Website juga terintegrasi dengan media social untuk memaksimalkan kampanye pemasaran dan mendorong interaksi konsumen. Secara keseluruhan, website ini tidak hanya mendukung strategi pemasaran Harmony Herbaltea tetapi juga membantu memperkuat brand, meningkatkan penjualan, dan menyediakan analisis data konsumen untuk pengambilan keputusan yang lebih tepat.



Gambar I. Tampilan Website Bisnis

Membantu Dalam Pembuatan Akun Google My Bussines

Pembuatan akun Google My Business (GMB) bagi Harmony Herbaltea merupakan langkah strategis untuk meningkatkan visibilitas online dan memperluas jangkauan pasar. Melalui GMB, usaha dapat tampil di hasil pencarian Google dan Google Maps, sehingga memudahkan konsumen menemukan informasi seperti alamat, jam operasional, dan nomor kontak. Keunggulan lain dari GMB adalah fitur ulasan pelanggan, yang membantu membangun reputasi bisnis melalui feedback positif. Akun GMB juga memberikan akses pada fitur promosi seperti Google Post, di mana Harmony Herbaltea bisa mempromosikan produk dan penawaran terbaru. Proses pembuatan akun melibatkan pendaftaran informasi dasar dan verifikasi melalui kode yang dikirim oleh Google. Setelah aktif, profil dapat dioptimalkan dengan menambahkan foto produk, deskripsi menarik, serta memperbarui informasi secara berkala. Keuntungan jangka panjang dari GMB termasuk visibilitas yang lebih tinggi di pencarian lokal, pengelolaan data konsumen, dan peningkatan interaksi dengan pelanggan. Dengan GMB, Harmony Herbaltea dapat memperkuat branding dan meningkatkan potensi penjualan secara digital.



Gambar 2. Akun Google My Business

Pembuatan Sosial Media Marketing (Facebook Fanpage dan Instagram Bisnis)

1. Facebook Fanpage

Facebook Fanpage berfungsi sebagai platform khusus bagi bisnis untuk berinteraksi dengan audiens secara lebih profesional. Dengan Fanpage, Harmony Herbaltea dapat memposting konten informatif dan promosi yang berkaitan dengan produk teh herbal, seperti manfaat kesehatan, promosi diskon, atau penawaran khusus. Selain itu, Fanpage memberikan akses kepada pelanggan untuk memberikan ulasan dan berkomunikasi langsung melalui pesan. Fanpage juga memungkinkan bisnis untuk menggunakan fitur iklan berbayar, di mana Harmony Herbaltea bisa menargetkan audiens tertentu berdasarkan demografi, minat, dan perilaku. Ini sangat efektif untuk menjangkau pasar yang lebih spesifik dan meningkatkan konversi penjualan. Pengelolaan konten yang konsisten di Fanpage akan memperkuat kesadaran merek dan membangun komunitas yang loyal terhadap produk-produk Harmony Herbaltea.



Gambar 3. Facebook Fanpage

2. Instagram Bisnis

Instagram Bisnis sangat cocok untuk bisnis yang fokus pada konten visual, seperti Harmony Herbaltea yang bisa memanfaatkan tampilan menarik dari produk-produk teh herbalnya. Dengan Instagram Bisnis, Harmony Herbaltea dapat mengunggah foto dan video berkualitas tinggi, seperti proses pembuatan teh, kemasan produk, dan manfaatnya, yang

dapat menarik perhatian pengguna. Instagram Bisnis juga dilengkapi dengan fitur belanja langsung (Instagram Shopping), di mana produk-produk Harmony Herbaltea dapat ditandai di postingan atau story, sehingga memudahkan konsumen untuk membeli langsung dari aplikasi. Selain itu, fitur analitik pada Instagram Bisnis memberikan data mengenai performa konten dan audiens, yang membantu Harmony Herbaltea dalam merencanakan strategi pemasaran yang lebih efektif.



Gambar 4. Instagram Bisnis

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang dilakukan untuk UMKM Harmony Herbaltea berhasil memberikan dampak positif dalam hal pemasaran digital. Dengan penerapan strategi digital marketing, seperti pembuatan website bisnis, akun Google My Business, dan pengelolaan media sosial melalui Facebook Fanpage dan Instagram Bisnis, Harmony Herbaltea berhasil memperluas jangkauan pasar mereka. Pembuatan website berfungsi sebagai etalase digital yang memudahkan konsumen mengakses informasi produk dan melakukan pembelian secara online. Optimalisasi SEO pada website juga membantu meningkatkan visibilitas bisnis di mesin pencari. Sementara itu, akun Google My Business memberikan akses pada visibilitas lokal yang lebih tinggi, memungkinkan konsumen menemukan informasi penting seperti lokasi dan jam

operasional dengan mudah. Media sosial juga menjadi alat yang efektif untuk interaksi dan promosi produk. Facebook Fanpage dan Instagram Bisnis memungkinkan Harmony Herbaltea untuk berbagi konten yang menarik dan relevan, serta memanfaatkan fitur iklan berbayar untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Melalui berbagai platform ini, Harmony Herbaltea mampu meningkatkan penjualan dan memperkuat kehadiran digitalnya secara signifikan. Secara keseluruhan, digitalisasi proses bisnis di Harmony Herbaltea telah memperkuat posisi bisnis mereka di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif, sekaligus membantu mereka memanfaatkan teknologi untuk pertumbuhan jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pemilik bisnis Harmony Herbaltea, yang berlokasi di Kecamatan Ngadirojo, Kabupaten Pacitan, atas kerja sama dan dukungannya dalam pelaksanaan kegiatan kami. Kami sangat menghargai kesempatan yang diberikan untuk belajar dan bekerja sama dengan Harmony Herbaltea dalam pengembangan pemasaran digital serta penguatan strategi bisnis yang telah memberikan wawasan dan pengalaman yang luar biasa. Keterlibatan aktif Harmony Herbaltea dalam mempromosikan produk herbal lokal yang berkualitas tinggi tidak hanya memberikan dampak positif bagi perekonomian setempat, tetapi juga memberikan inspirasi bagi kami tentang pentingnya inovasi dan dedikasi dalam menjalankan sebuah usaha. Dukungan yang diberikan sangat berarti dalam mewujudkan program ini, dan kami berharap kerjasama yang baik ini dapat terus terjalin di masa mendatang. Semoga Harmony Herbaltea terus berkembang dan menjadi inspirasi bagi UMKM lain di

Kabupaten Pacitan dan sekitarnya. Kami sangat menghargai kehangatan, antusiasme, dan kerja keras yang ditunjukkan selama ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, Atsna Himmatul. 2022. "Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat." *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi* 3(1): 64–72
- Batubara, Chuzaimah et al. 2023. "Strategi Pengembangan Identitas Visual UMKM Melalui Pembuatan Logo: Studi Kasus Pada Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Di Desa Aras." *Bagaskara Utama Putra Journal of Human And Education* 3(2): 420–27.
- Dinda W.R, Prahastiwi, Mohammad Balafif, and Susi Tri Wahyuni. 2021. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Tempe Di Desa Sepande Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo." *Bharanomics* 2(1): 47–57.
- Dwiantari, Scorina, and Masine Slahanti. 2022. "Media Sosial Whatsapp Bisnis Sebagai Media Promosi Guna Meningkatkan Penjualan Bakmi Jowo Denbagus." *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 3(2): 75.
- Haikal, Siregar, Malvinas Ferry, and Kurniawan Kevin. 2022. "Menciptakan Pertumbuhan Inklusif Melalui Digitalisasi UMKM Di Indonesia." Boston Consulting Group (June).
- Hendriyani, Chandra, Selvia Putri Dwianti, Tetty Herawaty, and Budiana Ruslan. 2020. "Analisis Penggunaan Whatsapp Business Untuk Meningkatkan Perjualan Dan Kedekatan Dengan Pelanggan Di Pt Saung Angklung Udjo." *AdBispreneur* 5(2): 193.
- Ikerismawati, Senja, Illiyatus Sholiha, and Sinta Hardiyanti. 2023. "Pendampingan Pemanfaatan Google Maps Dan Whatsapp Bisnis Sebagai Media Digital Marketing Bagi UMKM Di Kelurahan Seban Kota Pasuruan." *I-Com: Indonesian Community Journal* 3(3): 1294–1302.
- Imam Pamungkas Walton, and Achmad Nurmandi. 2021. "Strategi Bertahan Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19." *GOVERNABILITAS (Jurnal Ilmu Pemerintahan Semester)* 2(2): 154–68.
- Indah, Putri, Sari Manajemen, Fakultas Ekonomi, and Dan Bisnis. "Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Pelaku Umkm Di Era Digitalisasi Di Desa Waluya." *Putri Indah Sari* 2(1): 4043–48.
- Novita, Diana, and Nafisah Yuliani. 2021. "Pemanfaatan Instagram Di Dalam Mengelola Bisnis Online Bagi UMKM Forum Ilmiah." *Forum Ilmiah Indonesia* 18(1): 55–62. https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/Fo_rmil/article/view/3995.
- Nurhayati, Siti, and Arum Ardianingsih. 2021. "Nomor 01. Maret 2021. Fakultas Ekonomi Universitas Pekalongan." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 24(2016): 66–74. www.jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi.
- Purnomo, Agus. 2024. "Pengembangan Inovasi Kemasan Untuk Meningkatkan Merek Dan Keunggulan Kompetitif Bagi Umkm Klanting Sumber Rezeki Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran." *Jurnal Pengabdian UMKM* 3(2): 72–76.
- Retnowati, Nurcahyani Dewi et al. 2021. "Peningkatan Keterampilan Pengambilan Foto Dan Video Produk Bagi Anggota Umkm Desa Pengkok Patuk Gunungkidul." *Indonesian Journal Of Community Service*, 1(3): 540–48.

- Septi, Shalsa Dela Nur, and Reiga Ritomiea Ariesey. 2024. "Pemanfaat Google Maps Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Seblak 55 Kelurahan Rungkut Menanggal." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)* 5(2):2550–2255.
- Sulistyo, Yuwono, and Ira Wikartika. 2024. "Pembuatan Logo Guna Membangun Branding Pada UMKM Sambel Pecel Lima Dua Kelurahan Gunung Anyar." *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)* 5(1): 48–54.
- Suwandi, Andreas, Susanti Susanti, and Nisrina Nisrina. 2023. "Pengembangan Logo Pada Produk Sebagai Branding UMKM Di Desa Wisata Kertarahayu." *Journal of Tourism and Creativity* 7(2): 108.
- Tri Romadloni, Nova, Nisa Dwi Septiyanti, and Rauhulloh Ayatulloh Khomeini Noor Bintang. 2023. "Optimasi Penggunaan Whatsapp Business Sebagai Sarana Pengembangan Pemasaran Produk Usaha Anggota PKK." *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains dan Teknologi* 2(1): 115–22.
- Vinatra, Satriaji, Administrasi Bisnis, Upn Veteran, and Jawa Timur. 2023. "Peran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara Dan Masyarakat." *Jurnal Akuntan Publik* 1(3): 1–08.
<https://doi.org/10.59581/japwidyakarya.v1i1.832>.
- Yusuf, Arief Rahman, Angga Prasetyo, and Yovi Litanianda. 2023. "Digitalisasi UMKM Guna Mendukung Upaya Pemerataan Ekonomi Desa Gentan Kabupaten Ponorogo." *Jurnal Edu-Dharma* 2(1): 7–12.
- Retnowati, N. D., Sajati, H., & Ayuningtyas, A. (2021). Peningkatan Keterampilan Pengambilan Foto Dan Video Produk Bagi Anggota Umkm Desa Pengkok Patuk Gunungkidul. *Indonesian Journal Of Community Service*, 1(3), 540-548.
- Firdausya, L. Z., & Ompusunggu, D. P. (2023). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Digital Abad 21: Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) Era Digital Di Abad Ke-21. *TALI JAGAD JOURNAL*, 1(1), 14-18.