

PkM Mendorong Peningkatan Ekspor Produk Unggulan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir (Kelapa) melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada UMKM

Bayu Fajar Susanto¹, Khairul Ihwan², Roberta Zulfhi Surya³, Najamuddin⁴, Muannif Ridwan⁵, Badewin⁶

^{1,2,3,4,6} Universitas Islam Indragiri

⁵Institut Teknologi dan Sains Meranti

bayufajar14@gmail.com¹, ihwanp5@gmail.com², robertazulfhi@yahoo.co.id³, anifr@ymail.com

Abstract

This Community Service Program (PkM) focuses on increasing exports of superior regional products in Indragiri Hilir Regency, namely coconut, through the use of digital marketing for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). MSMEs in this area, such as Gudang Kelapa Doa Ibu, face challenges in marketing their products globally due to limited knowledge and access to technology. This program is designed to empower MSMEs with training and assistance in using digital marketing strategies, including social media, websites and e-commerce. The service team also helps develop digital platforms such as e-commerce websites, inventory management applications, and integrated digital marketing systems that are tailored to the needs of MSMEs. The main objective of this program is to expand the export market, increase sales volume, and strengthen the position of coconut products from Indragiri Hilir Regency on the international market. This program also targets increasing human resource capacity in digital marketing and contributing to regional economic growth. The evaluation results show increased product visibility online, increased export sales, and strengthened the capacity of MSMEs in adopting digital technology for marketing and business operations.

Keywords:

Ekspor Produk
Unggulan
Kelapa
e-commerce

Abstrak

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini berfokus pada peningkatan ekspor produk unggulan daerah Kabupaten Indragiri Hilir, yaitu kelapa, melalui pemanfaatan digital marketing pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM di daerah ini, seperti Gudang Kelapa Doa Ibu, menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka secara global karena keterbatasan pengetahuan dan akses teknologi. Program ini dirancang untuk memberdayakan UMKM dengan pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan strategi digital marketing, termasuk media sosial, website, dan e-commerce. Tim pengabdian juga membantu pengembangan platform digital seperti website e-commerce, aplikasi manajemen inventori, dan sistem digital marketing terpadu yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM. Tujuan utama dari program ini adalah untuk memperluas pasar ekspor, meningkatkan volume penjualan, dan memperkuat posisi produk kelapa dari Kabupaten Indragiri Hilir di pasar internasional. Program ini juga menargetkan peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam digital marketing dan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan visibilitas produk secara online, peningkatan penjualan ekspor, dan penguatan kapasitas UMKM dalam mengadopsi teknologi digital untuk pemasaran dan operasional bisnis.

Corresponding Author:

Khairul Ihwan
Universitas Islam Indragiri
ihwanp5@gmail.com²

1. PENDAHULUAN

Kabupaten Indragiri Hilir di Provinsi Riau memiliki potensi besar dalam sektor pertanian, khususnya dalam produksi kelapa. Sebagai salah satu produk unggulan daerah, kelapa memiliki nilai ekonomi tinggi dan berpotensi untuk diekspor ke pasar internasional. Namun, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor ini masih menghadapi berbagai tantangan dalam memasarkan produk mereka secara efektif dan meningkatkan akses ke pasar ekspor. Keterbatasan pengetahuan, akses teknologi, dan sumber daya menjadi hambatan utama dalam mengoptimalkan potensi ekspor produk kelapa.

Program pengabdian kepada masyarakat (PkM) dengan judul "Mendorong Peningkatan Ekspor Produk Unggulan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir (Kelapa) melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada UMKM" ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan tersebut dan memberdayakan UMKM di Kabupaten Indragiri Hilir dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan ekspor produk kelapa mereka. Melalui program ini, diharapkan UMKM dapat memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan akses ke teknologi yang diperlukan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital mereka.

Analisis situasi menunjukkan bahwa banyak UMKM belum memanfaatkan potensi digital marketing. Oleh karena itu, pelatihan akan mencakup teknik pemasaran digital, pengembangan konten, dan analisis data. Setelah pelatihan, UMKM akan didampingi dalam implementasi strategi pemasaran digital dengan dukungan teknis berkelanjutan.

Keberhasilan program akan diukur melalui evaluasi indikator kunci, seperti peningkatan ekspor dan kepuasan pelanggan. Selain itu, program ini akan memastikan keberlanjutan melalui pengembangan jaringan kolaborasi dan dukungan pelatihan jangka panjang.

Pengembangan platform digital berbasis web akan menjadi sarana utama untuk mempromosikan produk kelapa, dengan informasi lengkap tentang produk, ulasan pelanggan, dan fitur pemesanan online. Tim PkM terdiri dari dosen dan mahasiswa yang berkompeten dalam bidang marketing, teknik industri, dan akuntansi.

Dengan program ini, diharapkan UMKM Mitra dapat meningkatkan kemampuan digital marketing, memperluas akses pasar ekspor, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Indragiri Hilir.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam Program PKM ini menggunakan pendekatan Pemberdayaan atau sosialisasi terhadap pelaku MKM. PKM dilaksanakan di Daerah Kabupaten Indragiri Hilir (Kelapa) melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada UMKM" dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan kolaboratif. Adapun tahapan-tahapan kegiatan PKM ini sebagai berikut:

Program ini terdiri dari lima tahapan utama:

1. Sosialisasi dan Persiapan
 - ✓ Memperkenalkan program kepada pemangku kepentingan.
 - ✓ Mengidentifikasi dan memilih UMKM peserta, dengan fokus pada Gudang Kelapa Doa Ibu.
 - ✓ Membentuk tim kerja yang terdiri dari berbagai pihak terkait.
 - ✓ Mengumpulkan baseline data untuk memahami kondisi UMKM.
 - ✓ Menyiapkan infrastruktur teknologi dan materi pelatihan.
2. Pelatihan dan Pengembangan Kapasitas
 - ✓ Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan UMKM dalam digital marketing.
 - ✓ Mengadakan workshop tentang dasar-dasar digital marketing, pengembangan konten, dan manajemen e-commerce.
3. Implementasi Teknologi dan Strategi Digital Marketing
 - ✓ Membantu UMKM dalam mengembangkan website e-commerce dan mengoptimalkan media sosial.
 - ✓ Mengimplementasikan strategi konten digital untuk meningkatkan visibilitas produk.
4. Pendampingan dan Evaluasi
 - ✓ Memberikan dukungan berkelanjutan kepada UMKM dalam menerapkan strategi digital marketing.
 - ✓ Melakukan evaluasi berkala untuk mengukur efektivitas program dan memperbaiki strategi.
5. Keberlanjutan Program
 - ✓ Memastikan manfaat program dapat terus dirasakan setelah periode formal berakhir.
 - ✓ Membangun jaringan kolaborasi dan memberikan dukungan lanjutan.

3. PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat (PkM) dengan judul "Mendorong Peningkatan Ekspor Produk Unggulan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir (Kelapa) melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada UMKM" telah dilaksanakan dengan fokus utama pada mitra UMKM Gudang Kelapa Doa Ibu. Berikut adalah hasil pelaksanaan kegiatan yang telah dicapai:

1. **Sosialisasi dan Persiapan**
Kegiatan sosialisasi dilaksanakan pada awal program dengan mengundang perwakilan dari UMKM Gudang Kelapa Doa Ibu, pemerintah daerah Kabupaten Indragiri Hilir, dan pemangku kepentingan lainnya. Sosialisasi ini berhasil membangun kesadaran akan pentingnya pemanfaatan digital marketing dalam meningkatkan ekspor produk kelapa.
(dharmasetiawan, Bayu fajar susanto, Aprilian & Maulana, 2022) menyatakan bahwa pemahaman awal tentang potensi digital marketing sangat penting bagi UMKM untuk dapat bersaing di pasar global. Sejalan dengan hal tersebut, kegiatan sosialisasi ini berhasil meningkatkan pemahaman mitra tentang manfaat dan peluang digital marketing untuk pengembangan usaha mereka.
Hasil konkret dari tahap ini adalah:
Terbentuknya kesepakatan kerjasama antara tim pengabdian dengan UMKM Gudang Kelapa Doa Ibu
Tersusunnya rencana kerja detail untuk pelaksanaan program
Terkumpulnya data baseline terkait kondisi eksisting UMKM Gudang Kelapa Doa Ibu, termasuk kapasitas produksi, jangkauan pasar saat ini, dan tingkat pemanfaatan teknologi digital
2. **Pelatihan dan Pengembangan Kapasitas**
Serangkaian pelatihan telah dilaksanakan untuk meningkatkan kapasitas UMKM Gudang Kelapa Doa Ibu dalam pemanfaatan digital marketing. Pelatihan Dasar Digital Marketing Pelatihan ini memberikan pemahaman dasar tentang konsep digital marketing, berbagai platform digital yang dapat dimanfaatkan, serta strategi content marketing yang efektif. Peserta dari UMKM Gudang Kelapa Doa Ibu menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan.
(Susanto et al., 2022) menekankan pentingnya pelatihan yang komprehensif dan berkelanjutan dalam pengembangan kapasitas digital UMKM. Sejalan dengan hal tersebut, rangkaian pelatihan yang dilaksanakan telah berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital marketing UMKM Gudang Kelapa Doa Ibu secara signifikan.
3. **Implementasi Teknologi dan Strategi Digital Marketing**
Setelah tahap pelatihan, fokus kegiatan beralih pada implementasi praktis dari pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh. Beberapa capaian penting dalam tahap ini meliputi:
 - a. **Pengembangan Website E-commerce**
Tim pengabdian bersama dengan UMKM Gudang Kelapa Doa Ibu telah berhasil mengembangkan website e-commerce yang responsif dan user-friendly. Website ini dilengkapi dengan fitur katalog produk, sistem pemesanan online, dan integrasi pembayaran elektronik.
 - b. **Optimalisasi Media Sosial**
UMKM Gudang Kelapa Doa Ibu telah berhasil mengoptimalkan kehadiran mereka di platform media sosial utama (Facebook, Instagram, dan LinkedIn).
 - c. **Integrasi dengan Marketplace**
UMKM Gudang Kelapa Doa Ibu telah berhasil mengintegrasikan produk mereka ke dalam dua marketplace besar di Indonesia,
Apriyanto et al. (2021) menekankan pentingnya pendekatan yang holistik dalam strategi pemasaran produk kelapa, termasuk pemanfaatan berbagai kanal digital. Implementasi strategi digital marketing yang komprehensif pada UMKM Gudang Kelapa Doa Ibu telah sejalan dengan rekomendasi tersebut dan menunjukkan hasil yang positif.
4. **Pendampingan dan Evaluasi**
Selama proses implementasi, tim pengabdian memberikan pendampingan intensif kepada UMKM Gudang Kelapa Doa Ibu. Kegiatan pendampingan meliputi:
 - a. **Konsultasi Rutin**
Tim pengabdian mengadakan sesi konsultasi mingguan dengan pihak manajemen UMKM untuk membahas progress, tantangan, dan strategi perbaikan. Total telah dilaksanakan 10 sesi konsultasi selama periode program.
 - b. **Monitoring Implementasi**
Tim melakukan pemantauan berkala terhadap implementasi strategi digital marketing.
 - c. **Evaluasi Berkala**
Evaluasi triwulanan dilakukan untuk mengukur pencapaian target.
 - d. **Penyesuaian Strategi**
Berdasarkan hasil evaluasi, beberapa penyesuaian strategi telah dilakukan, termasuk:
 - ✓ Penambahan fitur chat langsung di website untuk meningkatkan konversi
 - ✓ Optimalisasi SEO untuk meningkatkan visibilitas di mesin pencari

Dharmasetiawan et al. (2022) menekankan pentingnya evaluasi dan penyesuaian strategi secara berkelanjutan dalam implementasi digital marketing pada UMKM. Pendekatan evaluasi dan

penyesuaian yang diterapkan pada program ini telah sejalan dengan rekomendasi tersebut dan berkontribusi pada peningkatan efektivitas strategi digital marketing UMKM Gudang Kelapa Doa Ibu.

5. Keberlanjutan Program

Untuk memastikan keberlanjutan dampak program, beberapa inisiatif telah dilaksanakan:

- a. Pembentukan Komunitas Digital UMKM Kelapa
Telah dibentuk komunitas online yang menghubungkan UMKM produsen kelapa di Kabupaten Indragiri Hilir, dengan UMKM Gudang Kelapa Doa Ibu sebagai salah satu pelopor. Komunitas ini berfungsi sebagai wadah berbagi pengetahuan dan pengalaman dalam pemanfaatan digital marketing.
- b. Pengembangan Local Digital Talent
Program magang telah dilaksanakan dengan melibatkan 5 mahasiswa lokal yang ditempatkan di UMKM Gudang Kelapa Doa Ibu. Mahasiswa ini telah dilatih untuk menjadi talent digital yang dapat mendukung keberlanjutan strategi digital marketing UMKM.
Kolaborasi dengan Stakeholders
Kerjasama telah dijalin dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Indragiri Hilir untuk memberikan dukungan berkelanjutan dalam pengembangan kapasitas digital UMKM di sektor kelapa.
- c. Pengembangan Pusat Informasi Digital
Sebuah database online telah dikembangkan yang berisi informasi pasar, regulasi ekspor, dan praktik terbaik dalam digital marketing untuk produk kelapa. Database ini dapat diakses oleh UMKM Gudang Kelapa Doa Ibu dan UMKM lainnya di sektor kelapa.

Susanto et al. (2022) menekankan pentingnya membangun ekosistem digital yang mendukung untuk keberlanjutan program pengembangan kapasitas digital UMKM. Inisiatif keberlanjutan yang diterapkan dalam program ini telah sejalan dengan rekomendasi tersebut dan diharapkan dapat mendukung perkembangan jangka panjang UMKM Gudang Kelapa Doa Ibu dan UMKM kelapa lainnya di Kabupaten Indragiri Hilir.

Program pengabdian masyarakat "Mendorong Peningkatan Ekspor Produk Unggulan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir (Kelapa) melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada UMKM" telah berhasil meningkatkan kapasitas digital marketing UMKM Gudang Kelapa Doa Ibu secara signifikan.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa tantangan yang perlu dihadapi, seperti kebutuhan untuk terus memperbarui pengetahuan dan keterampilan digital seiring dengan perkembangan teknologi, serta perlunya dukungan infrastruktur digital yang lebih baik di tingkat daerah.

Rekomendasi untuk pengembangan program di masa depan meliputi:

1. Perluasan cakupan program ke lebih banyak UMKM di sektor kelapa
2. Pengembangan kemitraan yang lebih luas dengan platform e-commerce dan marketplace internasional
3. Integrasi teknologi blockchain untuk meningkatkan transparansi dan kepercayaan dalam rantai pasok produk kelapa
4. Pengembangan program pelatihan digital marketing yang lebih intensif dan berkelanjutan

Dengan hasil yang telah dicapai dan potensi pengembangan lebih lanjut, program ini diharapkan dapat menjadi model untuk inisiatif serupa di daerah lain, mendukung upaya peningkatan ekspor produk unggulan daerah melalui pemanfaatan digital marketing pada UMKM di seluruh Indonesia.

4. KESIMPULAN DAN SARAN/REKOMENDASI

4.1 Kesimpulan

Program pengabdian kepada masyarakat (PkM) dengan judul "Mendorong Peningkatan Ekspor Produk Unggulan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir (Kelapa) melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada UMKM" telah dilaksanakan dengan fokus utama pada mitra UMKM Gudang Kelapa Doa Ibu. Berikut adalah kesimpulan dan saran berdasarkan hasil pelaksanaan program:

1. Peningkatan Kapasitas Digital Marketing
Program ini telah berhasil meningkatkan kapasitas digital marketing UMKM Gudang Kelapa Doa Ibu secara signifikan. Hal ini terlihat dari:
 - a. Peningkatan pemahaman dan keterampilan digital marketing
 - b. Kemampuan penggunaan platform digital marketing

- Dharmasetiawan et al. (2022) menekankan pentingnya peningkatan kapasitas digital UMKM sebagai fondasi untuk keberhasilan implementasi strategi pemasaran digital. Hasil yang dicapai dalam program ini sejalan dengan rekomendasi tersebut, menunjukkan peningkatan signifikan dalam kapasitas digital tim Gudang Kelapa Doa Ibu.
2. Pengembangan Presence Online
Program ini telah berhasil mengembangkan presence online yang kuat untuk Gudang Kelapa Doa Ibu melalui:
 - a. Pengembangan website yang responsif dan user-friendly
 - b. Optimalisasi profil bisnis di platform media sosial utama (Facebook, Instagram)
 - c. Implementasi strategi SEO yang efektif
 Susanto et al. (2022) menyoroti pentingnya presence online yang kuat dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM di era digital. Pencapaian program dalam aspek ini menunjukkan keberhasilan dalam membangun fondasi digital yang kuat untuk Gudang Kelapa Doa Ibu.
 3. Peningkatan Penjualan dan Ekspansi Pasar
Implementasi strategi digital marketing telah berkontribusi pada peningkatan penjualan dan ekspansi pasar Gudang Kelapa Doa Ibu:
 - a. Peningkatan penjualan online
 - b. Ekspansi jangkauan pasar
 - c. Peningkatan rata-rata nilai transaksi
 Apriyanto et al. (2021) menekankan pentingnya ekspansi pasar dan diversifikasi produk dalam meningkatkan daya saing UMKM di pasar global. Hasil yang dicapai oleh Gudang Kelapa Doa Ibu menunjukkan keberhasilan program dalam mendorong ekspansi pasar dan peningkatan penjualan.
 4. Efisiensi Operasional
Penerapan teknologi digital juga telah meningkatkan efisiensi operasional Gudang Kelapa Doa Ibu:
 - a. Pengurangan waktu yang dibutuhkan untuk manajemen stok
 - b. Peningkatan akurasi inventori
 - c. Pengurangan stok berlebih
 Dharmasetiawan et al. (2022) menyoroti bahwa adopsi teknologi digital dapat menjadi katalis peningkatan efisiensi operasional UMKM. Peningkatan efisiensi yang dicapai oleh Gudang Kelapa Doa Ibu mengkonfirmasi potensi transformatif dari digitalisasi UMKM.
 5. Kontribusi terhadap Ekonomi Lokal
Program ini juga telah memberikan dampak positif terhadap ekonomi lokal Kabupaten Indragiri Hilir:
 - a. Penciptaan lapangan kerja baru
 - b. Peningkatan permintaan bahan baku dari petani lokal
 - c. Peningkatan kontribusi terhadap nilai ekspor kelapa Kabupaten Indragiri Hilir
 Apriyanto et al. (2021) menyoroti pentingnya peran UMKM dalam pengembangan ekonomi lokal. Dampak program terhadap ekonomi lokal Kabupaten Indragiri Hilir menunjukkan potensi multiplier effect dari pengembangan UMKM melalui digitalisasi.
 6. Pengembangan Kapasitas SDM
Program ini telah berkontribusi pada pengembangan kapasitas SDM di Kabupaten Indragiri Hilir:
 - a. Pelatihan digital marketing untuk 30 UMKM lokal lainnya
 - b. Program magang digital untuk 10 mahasiswa lokal
 - c. Peningkatan literasi digital karyawan Gudang Kelapa Doa Ibu
 Dharmasetiawan et al. (2022) menekankan pentingnya pengembangan kapasitas SDM dalam mendukung transformasi digital UMKM. Pencapaian program dalam aspek ini menunjukkan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ekosistem digital di Kabupaten Indragiri Hilir.
 7. Publikasi dan Diseminasi Pengetahuan
Program ini juga telah menghasilkan berbagai publikasi dan kegiatan diseminasi pengetahuan:
 - a. 1 artikel jurnal terindeks Sinta 5 (dalam proses review)
 - b. 2 paper konferensi nasional
 - c. 1 video dokumenter
 - d. 1 seminar dengan 30 peserta
 Susanto et al. (2022) menyoroti pentingnya diseminasi pengetahuan dan praktik terbaik dalam pengembangan UMKM. Pencapaian program dalam aspek ini menunjukkan kontribusi signifikan terhadap pengembangan body of knowledge terkait digitalisasi UMKM

4.2 Saran/Rekomendasi

Saran atau rekomendasi penulis ditulis di bagian ini. Jika tidak ada, maka bagian IV, cukup ditulis dengan kesimpulan.

Berdasarkan hasil dan kesimpulan program, berikut adalah beberapa saran untuk pengembangan lebih lanjut:

1. Pengembangan Strategi Digital Marketing Lanjutan

- a. Implementasi analisis big data dan personalisasi:
 - ✓ Mengadopsi sistem analisis big data untuk memahami perilaku konsumen secara lebih mendalam
 - ✓ Mengembangkan strategi personalisasi konten dan pengalaman pengguna berdasarkan data yang dikumpulkan
- b. Pemanfaatan teknologi AI dan machine learning:
 - ✓ Mengimplementasikan chatbot AI yang lebih canggih untuk layanan pelanggan 24/7
 - ✓ Mengadopsi sistem rekomendasi produk berbasis AI untuk meningkatkan cross-selling dan up-selling
- c. Ekspansi ke platform emerging:
 - ✓ Mengeksplorasi pemanfaatan platform seperti TikTok untuk pemasaran
 - ✓ Mengembangkan strategi pemasaran melalui podcast dan audio marketing

Apriyanto et al. (2021) menekankan pentingnya adaptasi terhadap tren pemasaran digital terbaru untuk mempertahankan daya saing. Pengembangan strategi digital marketing lanjutan ini akan membantu Gudang Kelapa Doa Ibu tetap relevan dan kompetitif di pasar yang dinamis.

2. Peningkatan Kapasitas SDM dan Infrastruktur Digital

- a. Program pelatihan lanjutan:
 - ✓ Menyelenggarakan pelatihan advanced digital marketing, termasuk analisis data dan AI marketing
 - ✓ Mengembangkan program sertifikasi digital marketing internal
- b. Pengembangan tim digital in-house:
 - ✓ Merekrut spesialis digital marketing untuk membangun tim in-house yang kuat
 - ✓ Mengembangkan program mentoring internal untuk transfer pengetahuan
- c. Peningkatan infrastruktur teknologi:
 - ✓ Mengupgrade sistem manajemen konten (CMS) untuk mendukung personalisasi dan analisis data lanjutan
 - ✓ Mengimplementasikan sistem Customer Relationship Management (CRM) terintegrasi

Dharmasetiawan et al. (2022) menekankan pentingnya pengembangan kapasitas internal UMKM dalam mengelola strategi digital marketing secara berkelanjutan. Saran ini bertujuan untuk membangun kemandirian Gudang Kelapa Doa Ibu dalam pengelolaan strategi digital marketingnya.

3. Ekspansi Pasar dan Diversifikasi Produk

- a. Riset pasar digital:
 - ✓ Melakukan riset pasar digital komprehensif untuk mengidentifikasi peluang pasar baru
 - ✓ Menganalisis kompetitor global menggunakan tools digital intelligence
- b. Pengembangan produk berbasis data:
 - ✓ Memanfaatkan insights dari analisis big data untuk pengembangan produk baru
 - ✓ Mengimplementasikan sistem feedback digital untuk pengembangan produk berkelanjutan
- c. Strategi lokalisasi digital:
 - ✓ Mengembangkan konten dan strategi digital marketing yang dilokalkan untuk pasar ekspor target
 - ✓ Mengimplementasikan strategi SEO multilingual untuk meningkatkan visibilitas di pasar global

Susanto et al. (2022) menyoroti pentingnya diversifikasi dan inovasi produk dalam meningkatkan daya saing UMKM di pasar global. Saran ini bertujuan untuk membantu Gudang Kelapa Doa Ibu memperluas jangkauan pasarnya dan meningkatkan portfolio produknya.

4. Kolaborasi dan Kemitraan Digital

- a. Kemitraan dengan influencer dan content creator:
 - ✓ Mengembangkan program influencer marketing yang terstruktur
 - ✓ Berkolaborasi dengan content creator lokal dan internasional untuk menciptakan konten autentik
- b. Integrasi dengan platform e-commerce global:
 - ✓ Mengekspansi ke platform e-commerce global seperti Amazon dan Alibaba

- ✓ Mengembangkan strategi fulfillment dan logistik lintas batas yang efisien
- c. Kolaborasi dengan startup teknologi:
 - ✓ Menjalin kemitraan dengan startup teknologi untuk mengadopsi inovasi terbaru dalam supply chain dan traceability
 - ✓ Mengimplementasikan teknologi blockchain untuk meningkatkan transparansi dan kepercayaan konsumen

Apriyanto et al. (2021) menekankan pentingnya kolaborasi ekosistem dalam mendorong inovasi dan pertumbuhan UMKM. Saran ini bertujuan untuk membantu Gudang Kelapa Doa Ibu memanfaatkan kekuatan jaringan dan ekosistem digital yang lebih luas.

5. Pengembangan Model Bisnis Digital

- a. Eksplorasi model Direct-to-Consumer (D2C):
 - ✓ Mengembangkan platform e-commerce D2C yang kuat
 - ✓ Mengimplementasikan strategi omnichannel untuk integrasi pengalaman online dan offline
- b. Monetisasi data dan insights:
 - ✓ Mengembangkan produk data dan insights untuk industri kelapa
 - ✓ Mengeksplorasi model bisnis berbasis subscription untuk layanan informasi pasar
- c. Pengembangan ekosistem digital:
 - ✓ Menciptakan marketplace khusus untuk produk turunan kelapa
 - ✓ Mengembangkan platform edukasi digital untuk petani dan UMKM kelapa

Dharmasetiawan et al. (2022) menyoroti pentingnya inovasi model bisnis dalam menghadapi disrupsi digital. Saran ini bertujuan untuk membantu Gudang Kelapa Doa Ibu mengembangkan model bisnis yang lebih adaptif dan berkelanjutan di era digital.

6. Penguatan Aspek Legal dan Keamanan Digital

- a. Compliance dan proteksi data:
 - ✓ Mengimplementasikan sistem manajemen data yang comply dengan regulasi perlindungan data global
 - ✓ Mengembangkan kebijakan privasi dan keamanan data yang komprehensif
- b. Keamanan siber:
 - ✓ Melakukan audit keamanan siber menyeluruh dan implementasi sistem keamanan yang robust
 - ✓ Menyelenggarakan pelatihan kesadaran keamanan siber untuk seluruh karyawan
- c. Manajemen reputasi digital:
 - ✓ Mengembangkan sistem monitoring dan manajemen reputasi online
 - ✓ Mengimplementasikan strategi crisis management digital

Susanto et al. (2022) menekankan pentingnya aspek keamanan dan compliance dalam transformasi digital UMKM. Saran ini bertujuan untuk membantu Gudang Kelapa Doa Ibu membangun kepercayaan konsumen dan mitigasi risiko dalam operasi digitalnya.

7. Sustainability dan Corporate Social Responsibility (CSR) Digital

- a. Transparansi rantai pasok digital:
 - ✓ Mengimplementasikan sistem traceability digital untuk produk kelapa
 - ✓ Mengembangkan dashboard sustainability yang dapat diakses publik
- b. Kampanye digital untuk inisiatif sustainability:
 - ✓ Mengembangkan konten digital edukatif tentang praktik pertanian berkelanjutan
 - ✓ Mengimplementasikan program crowdfunding digital untuk proyek konservasi lingkungan
- c. Kolaborasi digital untuk impact sosial:
 - ✓ Mengembangkan platform e-learning untuk pemberdayaan petani kelapa
 - ✓ Mengimplementasikan program mentoring digital untuk UMKM kelapa lainnya

Apriyanto et al. (2021) menyoroti pentingnya aspek sustainability dalam membangun brand yang kuat di pasar global. Saran ini bertujuan untuk membantu Gudang Kelapa Doa Ibu membangun brand yang bertanggung jawab dan relevan dengan konsumen modern.

Program PkM "Mendorong Peningkatan Ekspor Produk Unggulan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir (Kelapa) melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada UMKM" telah berhasil mencapai tujuan utamanya dalam meningkatkan kapasitas digital marketing dan daya saing Gudang Kelapa Doa Ibu. Program ini telah memberikan dampak positif tidak hanya pada mitra UMKM, tetapi juga pada ekosistem digital dan ekonomi lokal di Kabupaten Indragiri Hilir.

Keberhasilan program ini dapat dilihat dari peningkatan signifikan dalam berbagai aspek, termasuk kapasitas digital marketing, presence online, penjualan dan ekspansi pasar, efisiensi operasional, kualitas layanan pelanggan, dan kontribusi terhadap ekonomi lokal. Program ini juga telah berkontribusi pada pengembangan kapasitas SDM dan diseminasi pengetahuan terkait digitalisasi UMKM.

Namun, penting untuk diingat bahwa transformasi digital adalah proses berkelanjutan yang memerlukan adaptasi terus-menerus terhadap perkembangan teknologi dan perubahan pasar. Oleh karena itu, saran-saran yang diberikan bertujuan untuk memastikan keberlanjutan dan pengembangan lebih lanjut dari hasil yang telah dicapai.

Implementasi saran-saran tersebut akan membantu Gudang Kelapa Doa Ibu untuk:

1. Tetap relevan dan kompetitif di pasar digital yang dinamis
2. Membangun kemandirian dalam pengelolaan strategi digital marketing
3. Memperluas jangkauan pasar dan diversifikasi produk
4. Memanfaatkan kekuatan jaringan dan ekosistem digital yang lebih luas
5. Mengembangkan model bisnis yang lebih adaptif dan berkelanjutan
6. Membangun kepercayaan konsumen dan mitigasi risiko dalam operasi digital
7. Membangun brand yang bertanggung jawab dan relevan dengan konsumen modern

Dharmasetiawan et al. (2022) menekankan bahwa kesuksesan transformasi digital UMKM bergantung pada kemampuan untuk terus berinovasi dan beradaptasi. Oleh karena itu, penting bagi Gudang Kelapa Doa Ibu untuk memandang hasil program ini bukan sebagai titik akhir, melainkan sebagai fondasi untuk pengembangan lebih lanjut.

Susanto et al. (2022) juga menyoroti pentingnya pendekatan holistik dalam digitalisasi UMKM, yang mencakup tidak hanya aspek teknologi, tetapi juga pengembangan kapasitas SDM, inovasi model bisnis, dan pembangunan ekosistem digital yang mendukung. Saran-saran yang diberikan mencerminkan pendekatan holistik ini, dengan tujuan untuk memastikan transformasi digital yang berkelanjutan dan menyeluruh.

Apriyanto et al. (2021) menekankan bahwa dalam era globalisasi dan digitalisasi, UMKM perlu terus meningkatkan daya saing mereka tidak hanya di pasar lokal, tetapi juga di pasar global. Saran-saran terkait ekspansi pasar, diversifikasi produk, dan kolaborasi internasional bertujuan untuk mempersiapkan Gudang Kelapa Doa Ibu menghadapi persaingan global.

Akhirnya, penting untuk dicatat bahwa keberhasilan program ini dapat menjadi model dan inspirasi bagi UMKM lain di Kabupaten Indragiri Hilir dan bahkan di seluruh Indonesia. Pengalaman dan pembelajaran dari program ini dapat dijadikan sebagai best practice yang dapat disebarluaskan untuk mendorong digitalisasi UMKM secara lebih luas.

REFERENSI

- Apriyanto, M., Marlina, B.F., Rifa, A., & Riono, Y. (2021). A SWOT analysis to improve the marketing of young coconut chips. *Annals of the Romanian Society for Cell Biology*, 13232-13240.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Indragiri Hilir. (2023). *Statistik Daerah Kabupaten Indragiri Hilir 2023*. BPS Kabupaten Indragiri Hilir.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: strategy, implementation and practice*. Pearson UK.
- Dharmasetiawan, D., Aprilian, Y., Susanto, B.F., Maulana, R., & Widyawati, W. (2022). Mengoptimalkan C-Commerce Whatsapp Business Pada Pengusaha Kopra Putih (Gudang Kelapa Do'a Ibu) Tembilahan Kab. Indragiri Hilir Riau. *Selodang Mayang: Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir*, 8(2), 82-89.
- Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional. (2022). *Panduan Ekspor Indonesia*. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2021). *Peta Jalan UMKM Digital*. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021-2022: business, technology and society*. Pearson.
- Maryanti, S., & Rahmidani, R. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 17(1), 51-57.
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, R., Ramdani, H., & Hendriyanto, A. (2016). Strategi pengembangan UKM digital dalam menghadapi era pasar bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 136-147.
- Susanto, B.F., Ahmad, A., Adnan, I.M., Widyawati, W., Maulana, R., & Yusafri, A. (2022). Pelatihan Pengelolaan Google My Business pada Gudang Kelapa Do'a Ibu Tembilahan Indragiri Hilir. *ABDIMASY: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 63-69.
- Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1-15.

World Bank. (2022). Improving the Effectiveness of Public Policies and Programs for MSMEs in Indonesia. World Bank Group.