

Pelatihan Pemasaran Digital Dan Sosialisasi *Pipeline CRM* (*Customer Relationship Management*) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Blitar

Yufi Priyo Sutanto¹, Udkhiati Mawaddah²

^{1,2}Universitas Islam Balitar

*e-mail: yufi.priyo@gmail.com¹, udkhiati.mawaddah@gmail.com²

Received:
09.10.2024

Revised:
24.10.2024

Accepted:
15.11.2024

Available online:
30.11.2024

Abstract: *SMEs in Blitar need to increase their sales for the sustainability of their businesses. Digital Marketing Training and Pipeline CRM Socialization is an initiative designed to enhance product sales for SMEs in Blitar. This program aims to introduce and develop digital marketing skills among SME entrepreneurs while familiarizing them with the use of Pipeline CRM as a customer relationship management tool. Through this training, participants are expected to optimize digital marketing strategies, increase customer interaction and satisfaction, and manage sales more effectively. This study will evaluate the impact of the program on the sales growth and business development of SMEs in the Blitar region. The results of this training are anticipated to serve as a model that can be applied in various regions to support broader SME development.*

Keywords: *Digital Marketing, Pipeline, Customer Relationship Management, UMKM*

Abstrak: UMKM di Blitar membutuhkan peningkatan penjualan untuk keberlanjutan bisnis mereka. Pelatihan Pemasaran Digital dan Sosialisasi Pipeline CRM merupakan inisiatif yang dirancang untuk meningkatkan penjualan produk UMKM di Blitar. Program ini bertujuan untuk memperkenalkan dan mengembangkan keterampilan pemasaran digital kepada pelaku UMKM serta mengenalkan penggunaan Pipeline CRM sebagai alat manajemen hubungan pelanggan. Melalui pelatihan ini, para peserta diharapkan mampu mengoptimalkan strategi pemasaran digital, meningkatkan interaksi dan kepuasan pelanggan, serta mengelola penjualan secara lebih efektif. Penelitian ini akan mengevaluasi dampak program terhadap peningkatan penjualan dan pertumbuhan bisnis UMKM di wilayah Blitar. Hasil dari pelatihan ini diharapkan dapat menjadi model yang dapat diterapkan di berbagai wilayah untuk mendukung pengembangan UMKM secara lebih luas.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Pipeline, Customer Relationship Management, UMKM

1. PENDAHULUAN

Pemasaran Digital merupakan pendekatan pemasaran yang memanfaatkan platform digital seperti media sosial, situs web, dan email untuk menjangkau pasar secara lebih luas dan efektif. Menurut Kotler (2017), pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk mempersonalisasi komunikasi dengan pelanggan, memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik, dan meningkatkan konversi penjualan. (Rahmat & Rofi, 2022).

Customer Relationship Management (CRM) adalah strategi pengelolaan hubungan dengan pelanggan yang terstruktur, yang mencakup pengelolaan interaksi, data, dan informasi pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas. Metode Customer Relationship Management (CRM). Dan aplikasi promosi online, yang memiliki manfaat sebagai bentuk aktualisasi karakter usaha serta menunjang pemasaran dapat meningkatkan daya saing. (Arsyah dan Ulya Ilhami 2019). Pipeline CRM, salah satu sistem CRM yang populer, menawarkan solusi terintegrasi yang membantu bisnis memantau prospek penjualan, interaksi pelanggan, dan analisis data secara real-time (Buttle, 2009).

Permasalahan yang dihadapi UMKM Blitar diantaranya kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital yang efektif. Sebenarnya mereka sudah melakukan aktifitas digital marketing seperti penggunaan aplikasi Whatsapp dalam memasarkan produknya. Namun pengelolaan data pelanggan masih kurang optimal. Pelaku UKM hanya melakukan komunikasi penjualan biasa seperti update status, membagikan produk ke grup-grup mereka dan melakukan interaksi biasa. padahal jika bisa dimanfaatkan dengan baik pelanggan yang sudah mereka bangun akan menjadi pasar yang besar dengan memetakan data kontak yang ada dan mengembangkan

database secara bertahap dan terterget serta menjadikan pelanggan sebagai fokus pemasaran digital. Minimnya pengetahuan tentang pengelolaan hubungan pelanggan (Customer Relationship Management atau CRM) sering kali menjadi penghambat utama bagi pertumbuhan mereka.

Kabupaten Blitar sendiri memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, dengan berbagai sektor usaha yang tersebar, mulai dari pertanian, kerajinan, hingga jasa. Namun, meskipun ada potensi ekonomi yang tinggi, banyak UMKM di Blitar yang belum mampu memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing dan penjualan mereka. Di sinilah pentingnya pelatihan pemasaran digital dan sosialisasi Pipeline CRM untuk membantu UMKM mengelola hubungan pelanggan secara lebih efektif dan efisien. Kegiatan pengabdian ini menyasar UMKM Khususnya di Kabupaten Blitar, yang sebagian besar terdiri dari pelaku usaha di sektor perdagangan, jasa, dan kerajinan. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Blitar, sekitar 60% UMKM di wilayah ini memiliki keterbatasan dalam hal akses dan pemanfaatan teknologi digital. Secara ekonomi, Blitar merupakan daerah dengan tingkat pertumbuhan UMKM yang stabil, namun masih perlu dukungan dari segi pelatihan teknis dan manajerial, khususnya dalam bidang pemasaran dan manajemen pelanggan.

Pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada pelaksanaan pelatihan *Customer Relationship Management* (CRM) sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan di wilayah kabupaten blitar khususnya Kelurahan Tangkil, Wlingi. Subjek penelitian adalah para pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) di wilayah tersebut, yang aktif dalam sektor perdagangan dan jasa. Lokasi penelitian terbatas pada UKM di kelurahan Tangkil, kecamatan Wlingi Kabupaten Blitar, dengan pelaksanaan pelatihan yang berlangsung selama 1 hari Pelatihan dan sosialisasi, tanggal 26 agustus 2024, serta mentoring hingga oktober 2024. Materi pelatihan meliputi pengelolaan data pelanggan, strategi komunikasi efektif, serta penggunaan perangkat lunak CRM sederhana yang dinamakan pipeline CRM. Fokus penelitian adalah mengukur efektivitas pelatihan terhadap peningkatan kemampuan pengelolaan hubungan pelanggan dan dampaknya pada pertumbuhan penjualan. Penelitian ini tidak mencakup aspek lain, seperti pengaruh kebijakan harga atau inovasi produk, yang mungkin juga memengaruhi penjualan.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan Masyarakat Sekitar dapat Membangun KerjaSama yang baik antara Perguruan Tinggi, Mahasiswa, Pemerintah Daerah, masyarakat dan swasta. (Firlawanti Lestari Baguna, Fadila Tamnge, 2023.) Tujuan dari kegiatan ini diantaranya adalah Meningkatkan pemahaman dan keterampilan UMKM di Blitar dalam strategi pemasaran digital untuk memperluas pasar, Mensosialisasikan penggunaan Pipeline CRM sebagai alat bantu dalam pengelolaan hubungan pelanggan guna meningkatkan loyalitas pelanggan dan penjualan, Memberikan pelatihan praktis bagi UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperbaiki sistem manajemen penjualan dan hubungan pelanggan.

Output yang diharapkan dari sosialisasi pipeline CRM agar pelaku UMKM mampu meningkatkan pemahaman tim penjualan, Penggunaan CRM yang Lebih Konsisten, Peningkatan Efisiensi Proses Penjualan, Dengan pemahaman yang lebih baik tentang pipeline CRM dan kolaborasi yang meningkat, proses penjualan akan menjadi lebih efisien. Waktu yang dibutuhkan untuk mengelola prospek dan pelanggan dapat dikurangi, sehingga waktu yang dihabiskan untuk aktivitas yang tidak produktif bisa diminimalkan. Selain itu pelaku usaha akan memiliki akses yang lebih baik terhadap data yang dihasilkan dari penggunaan CRM. Ini memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih tepat berdasarkan analisis data nyata dari pipeline. Alvionnita et al. (2021)

2. METODE

A. Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan solusi-solusi yang telah ditawarkan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra UMKM di Blitar akan dilakukan melalui serangkaian tahapan atau langkah-langkah yang terstruktur.

Berikut adalah rincian mengenai metode pelaksanaan yang akan diadopsi:

1. Perencanaan Program:

Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat

Perencanaan program yang komprehensif, meliputi Identifikasi Kebutuhan, Penyusunan Rencana Pelaksanaan, Pemilihan Tim Pelaksana:

2. Pelaksanaan Kegiatan:

Langkah-langkah dalam pelaksanaan kegiatan meliputi: Pelatihan dan Sosialisasi, Demonstrasi Praktis, Pendampingan Implementasi, Evaluasi dan Pembinaan Lanjutan.

3. Monitoring dan Evaluasi

Pada tahap akhir kegiatan peserta diberikan angket yang berisi beberapa aspek yang di monitor yaitu : tingkat kehadiran, pemahaman materi, kepuasan terhadap materi, jumlah UMKM yang sudah memulai mempraktekkan, dan hambatan yang ditemui dalam implementasi

Dengan mengikuti metode pelaksanaan yang terstruktur ini, diharapkan solusi-solusi yang ditawarkan dapat diimplementasikan dengan efektif dan memberikan dampak yang positif bagi UMKM di Blitar dalam meningkatkan penjualan dan keberlanjutan usaha mereka.

B. Partisipasi Mitra

Adapun peran/partisipasi mitra dalam hal ini pihak kelurahan dan peserta UMKM dalam pengabdian ini, sebagai berikut:

1. Mitra UMKM mengikuti rangkaian acara pelatihan ini sampai akhir.
2. Mitra Instansi kelurahan menyediakan Akomodasi, fasilitas ruangan, alat peraga, komputer, proyektor
3. Membantu menyiapkan administrasi yang diperlukan dalam kegiatan pengabdian.

C. Evaluasi Pelaksanaan

Evaluasi setelah kegiatan ini dilaksanakan adalah melihat hasil pelatihan, seberapa paham peserta UMKM terhadap materi yang diberikan, Hasil praktek langsung yang dilakukan oleh peserta, dan bagaimana pengaruhnya terhadap penjualan produk masing-masing peserta. Keberlanjutan program dilakukan dengan menjadikan kegiatan ini sebagai salah satu program unggulan pada Roadmap Pengabdian Masyarakat di tingkat program studi (khususnya Manajemen dan program studi Teknologi Informasi sesuai dengan penerapan ipteks-nya), tingkat fakultas bahkan tingkat Universitas. Pada roadmap tingkat Universitas kegiatan ini menjadi bagian yang terintegrasi dengan program-program pengabdian masyarakat lainnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi, kebijakan, dan perubahan perilaku (sosial). Uraikan bahwa kegiatan pengabdian telah mampu memberi perubahan bagi individu/masyarakat maupun institusi baik jangka pendek maupun jangka panjang.

A. Pelaksanaan Program

Pelaksanaan dilaksanakan pada tanggal 26 Agustus 2024 di balai kelurahan tangkil kabupaten blitar. Pelatihan pemasaran digital dan sosialisasi *pipeline CRM (Customer Relationship Management)* ini diikuti oleh 30 peserta yang berasal dari pemilik usaha UMKM di daerah tangkil dan sekitarnya. Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini secara umum dibagi menjadi perencanaan, Pelaksanaan, monitoring dan penyusunan laporan.

1. Perencanaan

Sebelum memulai implementasi solusi, akan dilakukan perencanaan program yang komprehensif, meliputi Identifikasi Kebutuhan, Penyusunan Rencana Pelaksanaan, Pemilihan Tim Pelaksana:

Tabel 1. Perencanaan Pelaksanaan Program

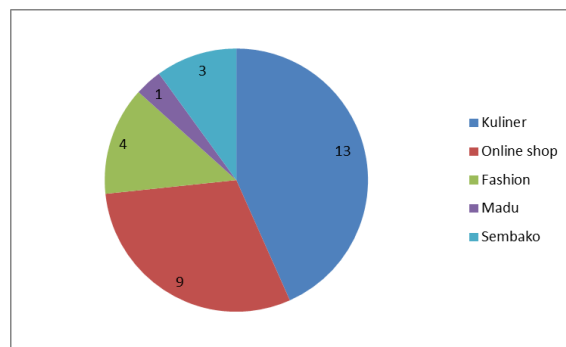
Program	Aktivitas Utama	Deskripsi	Penanggung Jawab
Identifikasi Kebutuhan	Survey kebutuhan UMKM	Mengidentifikasi kebutuhan utama UMKM terkait CRM, termasuk target pasar, proses penjualan, dan layanan pelanggan	- Yufi Priyo - Mawadah - Mahasiswa
	Wawancara pemangku kepentingan	Berdiskusi dengan pemilik UMKM untuk memahami kendala dalam penerapan CRM	- Yufi Priyo - Mawadah - Mahasiswa
	Analisis data kebutuhan	Mengumpulkan dan menganalisis data dari survei dan wawancara untuk merancang kurikulum pelatihan yang relevan	- Yufi Priyo - Mawadah - Mahasiswa
Penyusunan Rencana Pelaksanaan	Pembuatan kurikulum pelatihan	Mengembangkan kurikulum pelatihan CRM yang meliputi pemahaman konsep CRM, pembuatan pipeline penjualan, dan strategi pengelolaan relasi	- Yufi Priyo - Mawadah - Mahasiswa
	Penentuan metode pelatihan	Memilih metode pelatihan (online, offline, workshop, atau kombinasi) sesuai kebutuhan dan keterbatasan UMKM	- Yufi Priyo - Mawadah - Mahasiswa
	Penyusunan materi dan modul pelatihan	Menyiapkan modul pelatihan mencakup cara membuat pipeline, penggunaan tools CRM, dan evaluasi performa	- Yufi Priyo - Mawadah - Mahasiswa
	Penjadwalan pelatihan	Menentukan tanggal, waktu, dan durasi pelatihan serta mengatur sesi tindak lanjut	- Yufi Priyo - Mawadah - Mahasiswa
	Penentuan instruktur dan trainer	Memilih instruktur yang berpengalaman di bidang CRM dan memiliki pemahaman terkait tantangan yang dihadapi UMKM	- Yufi Priyo - Mawadah - Mahasiswa
Pemilihan Tim Pelaksana	Rekrutmen tenaga pendukung (teknis dan administrasi)	Menunjuk tim teknis untuk mendukung pelaksanaan, seperti pengaturan peralatan, dan dokumentasi	- Yufi Priyo - Mawadah - Mahasiswa
	Pelatihan awal tim pelaksana	Memberikan pelatihan awal kepada tim pelaksana agar memahami modul, tujuan program, dan metode pelatihan yang akan digunakan	- Yufi Priyo - Mawadah - Mahasiswa
	Pembukaan dan orientasi	Memberikan sesi pembukaan untuk menjelaskan tujuan program, alur pelatihan, dan harapan bagi peserta UMKM	- Yufi Priyo - Mawadah - Mahasiswa
Pelaksanaan Program	Sesi pelatihan utama	Menyelenggarakan pelatihan sesuai modul, termasuk materi pembuatan pipeline CRM, pemantauan kinerja, dan tindak lanjut pelanggan	Instruktur & Tim Pendukung
Evaluasi dan Tindak	Penilaian hasil pelatihan	Mengukur peningkatan	- Yufi Priyo

Lanjut	keterampilan peserta dalam mengelola CRM melalui tes, survei, atau kuesioner	- Mawadah
Rencana tindak lanjut dan mentoring	Menyusun program mentoring atau follow-up untuk UMKM guna memastikan implementasi CRM berkelanjutan	- Yufi Priyo - Mawadah
Penyusunan laporan akhir dan rekomendasi	Merangkum hasil pelatihan serta memberikan rekomendasi untuk program pengembangan UMKM di masa mendatang	- Yufi Priyo - Mawadah

2. Pelaksanaan kegiatan

Pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari pelatihan dan sosialisasi yang dibawakan oleh Yufi Priyo Sutanto, ST.MM, sementara demonstrasi system *pipeline CRM* oleh Ukhdiati Mawaddah, sedangkan untuk pendampingan dilakukan oleh kedua team pengabdian dibantu mahasiswa.

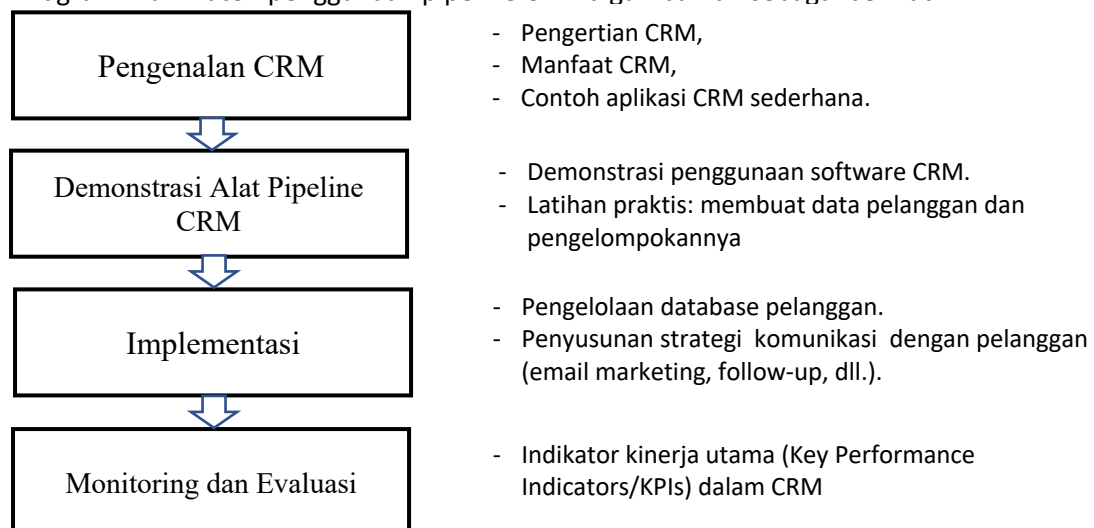
Peserta dihadirkan berdasarkan rekomendasi dari Lurah dan perangkat kelurahan, supaya penerima manfaat lebih tepat sasaran. Berdasarkan data peserta yang diundang sebanyak 30 UMKM dengan usaha meliputi kuliner, onlineshop, fashion, Madu, Sembako dengan komposisi seperti pada gambar.



Gambar 1. Jenis Usaha Peserta

Dari peserta yang hadir, sebagian besar sudah menggunakan aktifitas digital marketing sebanyak 18 orang sudah menggunakan alat bantu digital untuk memasarkan produknya, walaupun masih sederhana menggunakan Whatsapp.

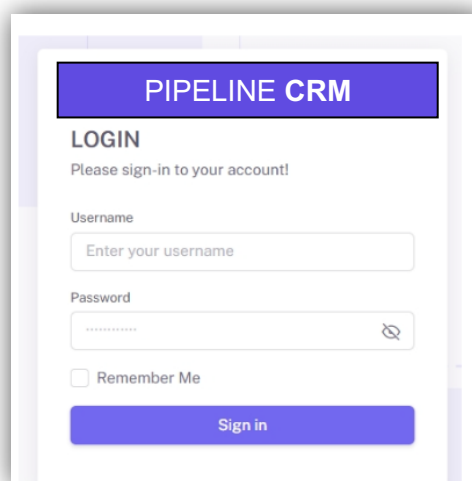
Diagram Alur Materi penggunaan pipeline CRM digambarkan sebagai berikut:



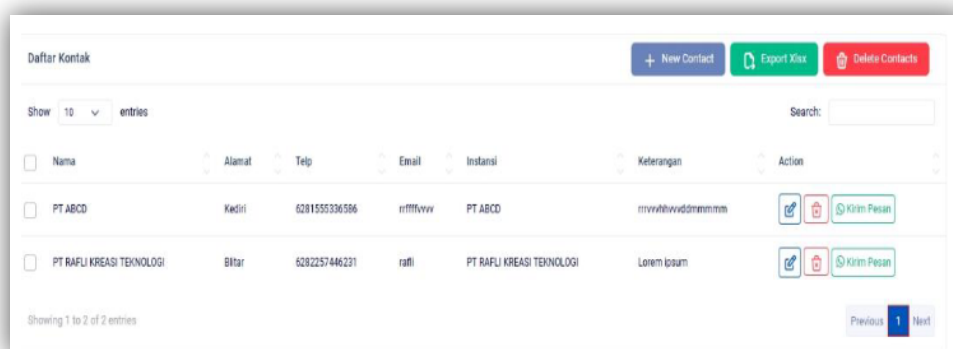
Gambar 1. Diagram Alir Penggunaan Aplikasi Pipeline CRM

Pelatihan dan Sosialisasi bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada seluruh tim mengenai fungsi, manfaat, dan cara kerja CRM dalam mendukung kegiatan usaha UMKM dengan cara mengundang sesi pelatihan dan sosialisasi formal yang diadakan balai kelurahan Tangkil Kabupaten Blitar diskusi kelompok, dan penjelasan tentang berbagai fitur dan penggunaan sistem CRM, target membekali setiap pengguna pipeline CRM (tim pemasaran, penjualan, layanan pelanggan) dengan pengetahuan yang cukup agar mereka bisa mengoperasikan sistem dengan baik.

Selain itu juga dilakukan demonstrasi praktis yang bertujuan menyajikan demonstrasi langsung tentang bagaimana menggunakan fitur pipeline CRM dalam skenario bisnis yang nyata. Rincian kegiatannya melakukan simulasi proses, seperti pembuatan profil pelanggan, penjualan, atau pelacakan aktivitas layanan pelanggan disertai contoh kasus yang sering ditemui oleh UMKM. Dengan demikian harapannya bisa memberikan gambaran praktis kepada tim tentang penerapan CRM sehari-hari, yang membantu mereka lebih memahami bagaimana CRM mendukung tugas mereka.



Gambar 2. Halaman Login Aplikasi CRM



Gambar 2. Salah Satu Halaman Tampilan dashboard Pipeline CRM

Program ini bersifat berkelanjutan oleh karena itu memerlukan program pendampingan Implementasi yang tujuannya mendampingi tim dalam tahap awal penerapan CRM untuk memastikan kelancaran transisi dan penerapan. Selain itu memberikan dukungan khusus seperti bimbingan dalam penyelesaian masalah yang muncul saat penggunaan, memberikan panduan untuk pemanfaatan fitur-fitur lanjutan, dan melakukan pengecekan berkala. Dengan begitu bisa mengurangi kesulitan dan kendala teknis yang mungkin timbul, sehingga tim merasa lebih percaya diri dan nyaman menggunakan sistem CRM dalam pekerjaan sehari-hari.



(a)



(b)

Gambar 3. Foto kegiatan pelaksanaan penyampaian materi Pelatihan Digital marketing dan Pipeline CRM, (a) Narasumber I (udhkhiaati Mawadah) (b) Narasumber II (Yufi Priyo Sutanto)

3. Monitoring dan Evaluasi

Kegiatan pelatihan digital marketing dan Pipeline CRM untuk UMKM berjalan efektif dan mendapat tanggapan positif. Pelatihan ini telah memberikan dampak positif terhadap pemahaman peserta tentang strategi pemasaran digital dan penggunaan Pipeline CRM untuk mengelola pelanggan. Beberapa kendala teknis yang ditemukan akan menjadi bahan evaluasi untuk perbaikan di masa mendatang. Kendala teknis tersebut berupa alat bantu praktek yang berupa desktop/Laptop, tidak bisa langsung dipraktekkan oleh peserta, karena peserta rata-rata menggunakan smartphone untuk aktifitas marketnya, oleh karena itu masih perlu perbaikan dari sisi program *pipeline* CRM ini supaya familiar di handphone.

Sebelum dilaksanakan kegiatan pelatihan para peserta diberikan pre-test untuk mengetahui Tingkat pemahamannya terkait materi yang akan disampaikan. Tujuan dari pengabdian terhadap masyarakat adalah untuk memberikan informasi, pemahaman tentang teknonoli pemasaran. Walaupun teknik ini belum banyak dipakai oleh UMKM namun harus tetap disosialisasikan Instrumen yang digunakan berupa angket yang terdiri dari 10 pertanyaan.

Setelah diadakan pelatihan para eserta diberikan post-test untuk mengetahui tingkat pemahaman setelah dilakukan pelatihan dan sosialisasi. Instrumen yang dipakai menggunakan angket. Tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan dapat dilihat di table berikut ini:

Tabel 2. Nilai Pre-Test dan Post-Test Kegiatan PKM

Peserta ke -	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	Nilai Rata-Rata
PRE TEST	60	50	50	60	60	60	60	70	60	60	60	60	70	70	70	60	60	50	60	80	61.5
POST TEST	90	60	70	90	80	90	90	80	80	80	70	90	80	80	70	80	70	70	80	100	80

Dari tabel 2. dapat dilihat tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang di paparkan oleh tim pengabdian Kelurahan Tangkil Kabupaten Blitar Mengalami peningkatan dari 61.5 menjadi 80. Ada kenaikan 30% dibandingkan dengan pemahaman peserta sebelum di paparkan materi pelatihan. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada tema Pelatihan digital marketing dan pipeline CRM telah tercapai. Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi, kebijakan, dan perubahan perilaku (sosial). Khusus untuk tema pengabdian ini diharapkan mampu memberikan hal baru dalam teknologi pemasaran produk UMKM.

Rekomendasi untuk perbaikan yang akan datang diantaranya, Menambah durasi pelatihan pada sesi praktik CRM untuk memberikan lebih banyak waktu simulasi. Memberikan panduan teknis yang lebih lengkap untuk penggunaan CRM di berbagai perangkat. Melaksanakan sesi lanjutan atau pelatihan berkala untuk pementapan dan pembaruan strategi digital marketing.

B. Partisipasi Mitra UMKM

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat, partisipasi mitra adalah hal yang sangat penting, oleh Karena itu dalam pelaksanaan kami melibatkan pejabat-pejabat terkait untuk bekerja sama menyikronkan program dan memobilisasi warganya terutama yang mempunyai produk UMKM untuk bisa mengikuti program pengabdian masyarakat yang mempunyai focus tema "Penggunaan pipeline CRM untuk meningkatkan penjualan mereka.

Mitra UMKM tidak sepenuhnya hadir sesuai dengan undangan yang diberikan, namun sekitar 67% atau 20 dari 30 bisa mengikuti rangkaian acara sampai selesai. Namun tidak menutup kemungkinan untuk diadakan pelatihan susulan untuk memberikan manfaat yang lebih luas kepada masyarakat. Sesuai dengan kespakatan Instansi kelurahan telah membantu akomodai fasilitas ruangan alat peraga, computer dan bantuan adminstratif yang diperlukan oleh kegiatan pengabdian dalam masyarakat ini

Sebagai evaluasi partisipasi masyarakat, untuk program-program selanjutnya agar lebih intensif berkoordinasi dengan instant terkait, agar ikut membantu dalam memfasilitasi masyarakat UMKM agak lebih aktif lagi dalam kegiatan-kegiatan serupa. Sehingga terjadi sinergi antara dinas terkait dalam hal ini yang menaungi UMKM kabupaten blitar dengan Unisba sebagai pelaksana program pengabdian masyarakat.

C. Evaluasi Pelaksanaan

Sebagai evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat ini berdasarkan wawancara menyatakan bahwa 90% peserta merasa puas dengan penyelenggaraan kegiatan, materi yang disampaikan dianggap relevan dan mudah dipahami. Namun, beberapa peserta merasa perlu adanya sesi praktek tambahan agar lebih memahami aplikasi pipeline CRM. Menurut peserta sebagian besar sudah dapat membuat dan mengelola akun di media sosial dan memahami dasar-dasar strategi digital marketing, namun tingkat pemahaman terhadap fitur-fitur pipeline CRM masih beragam.

Selain itu peserta juga sudah memulai menggunakan metode pipeline CRM untuk pengelolaan data pelanggan, dan sebagian besar sudah melakukannya walaupun sebelumnya belum tahu bahwa metode yang mereka lakukan adalah pipeline CRM. Sehingga dengan mengaplikasikan pipeline CRM, UMKM mampu mencatat dan mengelola prospek pelanggan secara lebih terstruktur.

Beberapa Tantangan dan Kendala yang terjadi dalam pelaksanaannya adalah beberapa peserta kesulitan dalam memahami teknologi CRM yang lebih kompleks dibandingkan media sosial. Peserta dengan latar belakang yang tidak familiar dengan teknologi membutuhkan lebih banyak bimbingan. Selain juga waktu praktik dinilai kurang, terutama untuk penggunaan pipeline CRM yang membutuhkan latihan lebih mendalam.

4. KESIMPULAN

Pelatihan dan sosialisasi ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan dasar UMKM dalam pemasaran digital dan pengelolaan pelanggan. Namun, masih dibutuhkan dukungan lanjutan untuk memastikan UMKM mampu menerapkan ilmu yang didapatkan secara mandiri dalam kegiatan operasional sehari-hari.

Berdasarkan evaluasi pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, ada beberapa Rekomendasi untuk kegiatan mendatang diantaranya; memperpanjang durasi sesi praktek, khususnya untuk pipeline CRM, agar peserta lebih menguasai aplikasi tersebut karena alat bantu pemasaran yang masih belum familiar kalangan UMKM. Selain itu menyediakan program pendampingan selama 3-6 bulan untuk membantu UMKM menerapkan strategi digital marketing dan CRM dengan baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Islam Balitar Blitar yang telah memberi dukungan **financial** terhadap pengabdian ini. Kepada Ibu Bupati Blitar, Bapak Camat, bapak kepala kelurahan dan semua jajaran kelurahan tangkil yang telah membantu memfasilitasi pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyah, Ulya Ilhami (2019) *Efektifitas Penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada Toko Nil Maizar Sport Apparel*. JURNAL BIT. 2019
- Ratnaningtyas, N. L. A. P., & Wulandari, I. G. A. R. (2020). "Implementasi Sistem Customer Relationship Management (CRM) dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran pada Usaha Mikro di Kota Denpasar". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 4(1), 51-62.
- Firdaus, M., & Afdal, A. (2020). "Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kinerja Penjualan Pada UKM Berbasis Komunitas". *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 21(1), 45-54
- Nurasyiah, M. L. & Fadli U.M.D. (2023). "Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Umkm Warung Jepang Mami Ale Telagasari". *PRIMER Jurnal Ilmiah Multidisiplin*.
- Paramita & Adawiyah, (2021). "Model Customer Relationship Management Dalam Komunikasi Bisnis Pt Kalibrasi Instrumen Bersama". *Perspektif Komunikasi Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*
- Mawaddah, U., & Sutanto, Y. P. (2024, July). Rancang Bangun Aplikasi Pipeline Crm (Customer Relationship Management) Untuk Meningkatkan Penjualan Umkm Di Blitar. In *National Conference on Electrical, Informatics and Industrial Technology (NEIIT)* (Vol. 1, No. 1, pp. 1-8).
- Alvionnita,A.N.,Firmansyah, A.U.,& Maharani, D. (2021), Implementasi Customer Relationship Management Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada Klinik Dinda Berbasis Web. *JUTSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi)*,(Vol. 1 No.1 pp 71-48)
- Rahmat, D., Rofi, A. (2002). Umkm Berbasis Digital Marketing Di Desa Perbawati Sukabumi. *Surya Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 55-62.
- Siti Azizah, Irfan H. Djunaidi, Diah Priharsari, Mas Ayu Ambayoen, and Siti Hamidah, "Digitalisasi Marketing Bagi Pelaku UMKM Kabupaten Blitar," *PaKMas J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 2, pp. 379–385, 2022, doi: 10.54259/pakmas.v2i2.1300.
- Y. Sudarwati and I. Izzaty, "Manajemen Hubungan Pelanggan Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah," *J. Ekon. dan Kebijak. Publik*, vol. 13, no. 1, pp. 13–28, 2022, doi: 10.22212/jekp.v13i1.1988.
- E. C. Yuwanda, "Penerapan Customer Relationship Management (CRM) dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan," vol. 1 No, pp. 208–218, 2008
- Nugroho, B. *Digital Marketing: Membangun Strategi Pemasaran Efektif di Era Digital*. PT Elex Media Komputindo. 2018.
- Rahardja, H. *Customer Relationship Management: Sukses Bisnis dengan Hubungan yang Baik dengan Pelanggan*. PT Elex Media Komputindo. (2019)
- Buttle, F. *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies* (2nd ed.). Elsevier Ltd. . (2009)
- Kotler,P. Kertajaya, H &Setyawan,I. *Marketing 4.0 : Bergerak dari Tradisional ke Digital* PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. (2017)
- Ali Shabdar. *Mastering Zoho CRM: Manage Your Team, Pipeline, and Clients Effectively*. Apress.2017