
**PELATIHAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM SEBAGAI
PENINGKATAN PENDAPATAN DI KELURAHAN
PONDOK JAYA DEPOK**

Christina Ekawati¹

STIE Gici Business School

Elsa Feryanti²

STIE Gici Business School

Christinaekawati9@gmail.com¹, awindoestetika@gmail.com²

Abstrak

Pelatihan Digital marketing adalah kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan jalur digital guna meningkatkan dan mengembangkan bisnis yang telah beroperasi di pasar global. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM serta menginspirasi para peserta untuk memasarkan produknya secara online dengan menggunakan konten promosi yang menarik dan teknik optimalisasi penggunaan layanan promosi berbayar dalam upaya meningkatkan penjualan. Metode kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan metode *Asset-based Community Development* (ABCD) dimana metode ini merupakan salah satu pendekatan dalam pengembangan masyarakat khususnya pelaku UMKM dengan melihat potensi diri masyarakat untuk meningkatkan kemampuan. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dari 10 jumlah peserta pelaku UMKM ada 6 pelaku UMKM yang sudah bisa menggunakan teknologi promosi dengan media *Whatsaapp Business*, *Design Grafis* dengan *Canva*, serta 2 pelaku UMKM dapat menggunakan media *Instagram Ads*.

Kata Kunci: Pelatihan Digital Marketing. UMKM, Promosi dan Pemasaran

PENDAHULUAN

Kondisi saat ini di era Digital Masih banyak pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya dengan cara konvensional sehingga peningkatan pendapatan melalui promosi dan pemasaran belum optimal, pelaku UMKM khususnya di wilayah Citayam Kelurahan Pondok Jaya Kota Depok masih banyak UMKM belum memanfaatkan teknologi Digital dimana ada 10 pelaku UMKM dengan promosi konvensional seperti usaha makanan ringan, makanan siap saji dan toko pakaian, dari kondisi tersebut secara sosial kegiatan pengabdian masyarakat selain bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM serta menginspirasi kepada masyarakat untuk memanfaatkan teknologi dalam upaya meningkatkan pendapatan usaha.

Digital marketing adalah sebuah produk teknologi informasi dimana berupa kegiatan mempromosikan produk dan atau jasa melalui media internet. Penerapan digital marketing semakin tinggi seiring meningkatnya angka pertumbuhan pengguna internet dan smartphone setiap tahunnya. Digital marketing merupakan salah satu

solusi yang tepat bagi UMKM dalam mengembangkan jaringan pemasaran baik nasional maupun internasional. Digital marketing memungkinkan pelanggan atau pembeli mendapatkan informasi mengenai suatu produk atau jasa melalui internet, sehingga memungkinkan penjual atau pemilik usaha dapat berinteraksi dengan calon pembeli tanpa batasan waktu dan lokasi. Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020).

Pemasaran digital diartikan dengan pemasaran di mana pesan dikirim menggunakan media yang tergantung pada transmisi digital. Namun sejauh ini, internet merupakan media digital paling signifikan. Banyak sekali tokoh yang mengemukakan bahwa terjadi perubahan dalam pemasaran yang disebabkan karena perkembangan teknologi, terutama internet. Keuntungan dari digital marketing menggunakan internet adalah lebih mudah, lebih murah atau lebih cepat untuk berkomunikasi. Susanti, E. (2020).

METODE

Metode kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan menggunakan metode *Asset-based Community Development* (ABCD) dimana metode ini merupakan salah satu pendekatan dalam pengembangan masyarakat khususnya pelaku UMKM dengan melihat potensi diri masyarakat untuk meningkatkan kemampuan dengan pendekatan diskusi langsung dengan pelaku UMKM. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan empat (4) langkah yaitu : 1) Pengajuan Proposal Kegiatan Pengabdian Masyarakat melalui LPPM, 2) Sosialisasi kegiatan pengabdian kepada pelaku UMKM, 3) Pelaksanaan pengabdian masyarakat. 4) Penyusunan Laporan pengabdian dan monitoring evaluasi kegiatan. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan 10 pelaku UMKM di lingkungan Kelurahan Pondok Jaya Depok selama 2 hari dengan memberikan pelatihan dan praktik secara langsung penggunaan digital dengan memanfaatkan internet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dari 10 jumlah peserta pelaku UMKM di lingkungan Kelurahan Pondok Jaya Depok yang terdiri dari UMKM makanan siap saji, Makanan ringan dan toko pakaian sebelumnya masih menggunakan teknologi sederhana yaitu menggunakan Handphone, WA dan menjalankan usahanya secara Offline dengan kegiatan pengabdian ini ada 6 pelaku UMKM yang sudah bisa menggunakan teknologi promosi dengan media Whatsapp Business, Design Grafis dengan Canva yaitu UMKM makanan ringan dan toko pakaian, serta 2 pelaku UMKM dapat menggunakan media Instagram Ads yaitu toko pakaian dan makanan ringan.

Berikut ini adalah langkah-langkah kegiatan pengabdian masyarakat yaitu :

- 1) Pengajuan proposal kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui LPPM
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan kegiatan wajib yang harus dilaksanakan oleh Dosen dalam rangka pemenuhan Tridharma Perguruan Tinggi, dimana setiap kegiatan baik penelitian maupun pengabdian secara mekanisme

mengajukan proposal kepada LPPM untuk diberikan surat tugas dalam melaksanakan kegiatan, yang di tandai dengan penandatanganan kontrak kegiatan oleh Dosen dan LPPM.

2) Sosialisasi kegiatan pengabdian.

Pada kegiatan ini, peserta UMKM diharapkan mempunyai pengetahuan tentang konsep digital marketing, yakni konsep digital marketing dan konsep *e-commerce*. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari senin dan selasa, tanggal 05 - 06 September 2021 dimulai dari jam 09.00 sampai jam 11.00 dihadiri oleh 10 peserta pelaku UMKM. Peserta mengikuti kegiatan dengan antusias, hal ini dapat dilihat dari peserta yang menyimak penjelasan dengan baik. Peserta juga melanjutkan berdiskusi dengan pemateri setelah acara selesai dan prakting langsung dengan memanfaatkan media internet yang ada . Sehingga dapat diindikasikan bahwa peserta sosialisai menyambut positif kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

3) Pelaksanaan kegiatan pengabdian.

Pada kegiatan ini, peserta diharapkan mempunyai keterampilan penggunaan dan optimalisasi produk teknologi informasi. Kegiatan yang dilaksanakan pada kegiatan ini yaitu pelatihan penggunaan produk teknologi informasi, praktek pembuatan blog, dan praktek pembuatan konten digital. Kegiatan pelatihan dan pendampingan digital marketing dilaksanakan pada hari senin dan selasa, tanggal 05-06 september 2021 dimulai dari jam 09.00 - 11.00. Kegiatan dilaksanakan dengan metode ekspositori (ceramah), praktik dikombinasikan dengan diskusi jika ada hal-hal yang perlu ditanyakan oleh peserta. Selama kegiatan pelatihan dan pendampingan, peserta beberapa kali mengajukan pertanyaan terkait teknis pembuatan blog dan konten digital, hal ini mengindikasikan rasa ingin tau peserta tinggi dan minat dalam mengikuti pelatihan peserta sangat baik.



Gambar 1. Dokumentasi kegiatan pelatihan

4) Penyusunan laporan kegiatan dan monitoring evaluasi.

Penyusunan laporan dilakukan setelah selesai kegiatan pengabdian serta membuat Draf publikasi hasil dari kegiatan pengabdian dan selanjutnya Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui *feedback* dari masyarakat, berupa tanggapan dari pelaku usaha UMKM, tindak lanjut yang akan dilaksanakan oleh pelaku usaha UMKM, juga harapan untuk masa depan. Evaluasi kegiatan ini juga dilakukan untuk mengetahui kesesuaian antara hasil identifikasi awal penggunaan media dalam pemasaran dengan

kegiatan pelatihan yang diberikan. Bentuk evaluasi kegiatan ini dilakukan dengan cara penyebaran kuisioner.

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini selain mendapatkan apresiasi pihak terkait yang meliputi tingkat RT sampai kelurahan maka mendapatkan beberapa referensi dari para ahli sebagai pendukung literatur review

Internet sudah digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat termasuk di dalamnya para pengusaha UMKM di daerah. Namun kurangnya wawasan dan edukasi bagi para pengusaha UMKM menyebabkan tidak optimalnya penggunaan internet dalam mendukung proses bisnis guna meningkatkan laba yang diraih oleh pelaku UMKM. Salah satu pemanfaatan internet dalam manajemen bisnis adalah digital marketing yang merupakan salah satu usaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media internet agar bisa menjangkau konsumen maupun calon konsumen dengan cepat. Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019).

Digitalisasi memberikan ruang gerak bagi optimalisasi aktivitas masyarakat, yang didukung oleh penggunaan perangkat teknologi untuk memudahkan pelaku industri kecil dan menengah mengenalkan produknya kepada masyarakat. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa dampak pada semakin kuatnya tren pemasaran di lingkungan bisnis, yang pada awalnya menekankan pada strategi konvensional (offline) menjadi digital (online). Saudah, S., Adi, D. S., Triono, M. A., & Supanto, F. (2021).

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa digital marketing adalah sebuah produk teknologi informasi yang dapat dilakukan oleh masyarakat khususnya pelaku UMKM untuk meningkatkan pendapatan usaha melalui media informasi dengan memanfaatkan platform digital dengan media internet yang ada sehingga dari 10 jumlah peserta pelaku UMKM di lingkungan Kelurahan Pondok Jaya Depok yang terdiri dari UMKM makanan siap saji, Makanan ringan dan toko pakaian ada 6 pelaku UMKM yang sudah bisa menggunakan teknologi promosi dengan media Whatsapp Business, Design Grafis dengan Canva yaitu UMKM makanan ringan dan toko pakaian, serta 2 pelaku UMKM dapat menggunakan media Instagram Ads yaitu toko pakaian dan makanan ringan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88-92.
- Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA*, 4(2), 120-125.
- Purnomo, N. (2020). Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(3), 376-381.

- Saudah, S., Adi, D. S., Triono, M. A., & Supanto, F. (2021). Optimalisasi Usaha Kecil Menengah melalui pelatihan digital marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(3), 358-371.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 1(2), 36-50.