



## PENDAMPINGAN UMKM DALAM PENGGUNAAN *DIGITAL MARKETING* PADA UMKM DESA MEKARMUKTI KABUPATEN BEKASI

Putri Nadiya Azizah<sup>1</sup>, Khoirun Nisah<sup>2</sup>, Dwi Astuti<sup>3</sup>

Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

Email: [putrinadiya711@gmail.com](mailto:putrinadiya711@gmail.com)

**Abstrak.** Program pengabdian masyarakat dilaksanakan secara offline yang bertempat di Desa Mekarmukti kecamatan Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi. Disampaikan melalui materi yang bertema “Pelatihan *digital marketing* UMKM Desa Mekarmukti” dan melakukan pembelajaran bersama antara peserta dan pemateri. Pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan peserta sebanyak 50 orang peserta diantaranya yaitu mahasiswa Universitas Pelita Bangsa dan pelaku usaha dengan skala mikro dan menengah Desa Mekarmukti. Pengabdian masyarakat dilaksanakan pada tanggal 24 agustus 2024. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, peserta diberikan pembelajaran dan pendampingan untuk mendirikan toko online di platform marketplace seperti Shopee. Dengan materi teknik foto produk, teknik editing, video produk dan pembuatan logo produk serta pemaparan dan Praktek tutorial pemasaran via Shopee.

Kata kunci: UMKM, *digital marketing*, *marketplace*.

**Abstract.** *The community service program was carried out offline in Mekarmukti Village, North Cikarang District, Bekasi Regency. Delivered through material with the theme “Mekarmukti Village UMKM digital marketing training” and conduct joint learning between participants and presenters. The implementation of community service with 50 participants including Pelita Bangsa University students and micro and medium scale business actors in Mekarmukti Village. Community service was held on August 24, 2024. In this community service activity, participants are given learning and assistance to set up online stores on marketplace platforms such as Shopee. With material on product photo techniques, editing techniques, product videos and making product logos as well as exposure and practice of marketing tutorials via Shopee*

Keyword: *MSMEs, digital marketing, marketplace*

### 1. PENDAHULUAN

#### 1. 1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang pemasaran. Salah satu hasil dari revolusi

ini adalah munculnya digital marketing atau pemasaran digital. Dengan meningkatnya penggunaan internet dan perangkat digital, pendekatan pemasaran tradisional yang bergantung pada media cetak, televisi, atau radio mulai digantikan oleh metode yang lebih

terhubung langsung dengan konsumen melalui platform digital. Digital marketing merujuk pada kegiatan promosi produk atau layanan yang menggunakan media digital, seperti situs web, media sosial, email, mesin pencari, dan aplikasi seluler. Perubahan ini didorong oleh kemudahan akses internet dan penggunaan perangkat pintar, yang memungkinkan konsumen tetap terhubung kapan pun dan di mana pun. Data menunjukkan pertumbuhan pengguna internet secara global, menciptakan peluang besar bagi bisnis untuk menjangkau target pasar mereka secara lebih efektif dan terukur. Perkembangan teknologi digital telah mendorong lahirnya berbagai model bisnis baru. Ekonomi berbagi, layanan berbasis langganan, dan bisnis platform telah tumbuh pesat berkat infrastruktur dan interaksi yang lancar. Teknologi ini dimanfaatkan untuk mencocokkan penawaran dengan permintaan, meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya, serta menyediakan solusi praktis dan sesuai kebutuhan pelanggan (Hartatik et al., 2023).

Dibandingkan dengan metode konvensional, digital marketing menawarkan berbagai keunggulan, termasuk kemampuan untuk menargetkan audiens secara lebih spesifik, memantau kinerja kampanye secara real-time, serta fleksibilitas dalam menyesuaikan strategi berdasarkan kebutuhan pasar. Selain itu, digital marketing memungkinkan perusahaan menjalin hubungan langsung dengan pelanggan, meningkatkan interaksi, dan memperkuat loyalitas terhadap merek. Namun, perubahan ini juga membawa tantangan baru. Perusahaan perlu memahami algoritma media sosial, pola perilaku konsumen di dunia digital, dan pentingnya analisis data untuk mengoptimalkan strategi pemasaran mereka. Dalam lingkungan yang semakin kompetitif, penerapan digital marketing menjadi elemen penting bagi keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis di era modern (Hartini et al., 2024).

Para pelaku UMKM dituntut untuk memanfaatkan media digital dalam memasarkan produk mereka guna meningkatkan kesadaran konsumen terhadap penawaran yang tersedia. UMKM yang memiliki jaringan kuat cenderung

menggunakan media sosial untuk mendukung pertumbuhan bisnis mereka. Keterampilan dalam e-bisnis terbukti memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pendapatan, penciptaan lapangan kerja, inovasi, dan daya saing usaha. Namun, masih terdapat banyak pelaku usaha kecil dan menengah yang belum memiliki akses ke teknologi informasi, khususnya media digital, serta kurang memahami pentingnya media digital dan manfaat yang dapat diperolehnya (Aditya & Rusdianto, 2023).

Program pengabdian masyarakat dengan fokus pada digital marketing adalah sebuah pelatihan untuk meningkatkan keterampilan yang dirancang bagi para pelaku usaha yang sedang menjalankan atau berencana memulai bisnis dalam kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Hapsoro et al., 2019). Program pengabdian kepada masyarakat diharapkan dapat menjadi alternatif solusi bagi para pelaku usaha untuk memulai bisnis dengan risiko yang rendah. Melalui program ini, peserta akan dibekali keterampilan untuk membuka toko online di berbagai marketplace yang tersedia. Salah satu keunggulan program ini adalah memungkinkan peserta memulai bisnis dengan modal yang sangat kecil, namun berpotensi menghasilkan keuntungan besar, seperti dengan menjadi dropshipper, reseller, atau supplier di marketplace.

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dalam penerapan digital marketing kepada komunitas UMKM di Kabupaten Bekasi serta memastikan keberlanjutan usaha komunitas UMKM di Kabupaten Bekasi. Selain itu, kegiatan digital marketing ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan, memperluas pangsa pasar, memperkuat loyalitas pelanggan, serta meningkatkan daya saing usaha (Perwita, 2021).

Kegiatan ini memberikan manfaat bagi peserta pelatihan, yaitu meningkatkan pemahaman dan keterampilan komunitas UMKM dalam digital marketing untuk mempromosikan produk secara modern. Selain itu, kegiatan ini juga mendorong peningkatan produksi melalui bertambahnya pesanan dari



<https://journal.journeydigitaledutama.com>

pangsa pasar yang lebih luas. Bagi tim pelaksana, kegiatan ini memberikan pembelajaran sosial bagi dosen dan mahasiswa dalam menangani permasalahan nyata di masyarakat. Dosen dan mahasiswa dapat menerapkan ilmu yang telah dipelajari di kampus, seperti desain grafis, e-commerce, multimedia, pengantar manajemen, kewirausahaan, dan mata kuliah lainnya, sehingga membawa manfaat langsung bagi masyarakat. Selain itu, kegiatan ini juga menjadi sarana hilirisasi hasil penelitian dan penerapan ilmu pengetahuan untuk mendukung perkembangan UMKM.

**2. METODOLOGI PENELITIAN**

Program pengabdian masyarakat dilaksanakan secara offline yang bertempat di Desa Mekarmukti kecamatan Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi. Disampaikan melalui materi yang bertema “Pelatihan *digital marketing* UMKM Desa Mekarmukti” dan melakukan pembelajaran bersama antara peserta dan pemateri. Pelatihan ini dilaksanakan dengan menggunakan metode ceramah, praktik, dan penugasan. Selain itu, tim pelaksana program pengabdian kepada masyarakat juga memanfaatkan media sosial, seperti Grup WhatsApp, sebagai sarana untuk diskusi dan konsultasi terkait materi yang disampaikan.

Pengabdian masyarakat dilaksanakan pada tanggal 24 agustus 2024 dengan durasi waktu 90 menit dengan rincian kegiatan yaitu:

No	Waktu	Kegiatan	Tempat
1	13:25-13:30	Pembukaan dan Pembacaan doa	Aula Desa
2	13:30-14:15	Penjelasan Materi “Mengenai Strategi Pemasaran Melalui	Aula Desa

		Marketing Digital”	
3	14:15-14:50	Melakukan teknik foto produk, teknik editing, video produk dan pembuatan logo produk serta pemaparan dan Praktek tutorial pemasaran via Shopee	Aula Desa
4	14:50-15:00	Sesi Tanya Jawab	Aula Desa
5	15:00-15:05	Penutupan dan Doa	Aula Desa

Terdapat 50 orang peserta diantaranya yaitu Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa selaku peserta yang bersedia melakukan pengabdian serta pelatihan masyarakat hingga selesai, peserta pelatihan yang memiliki kemampuan menggunakan *smartphone* atau laptop, peserta pelatihan telah memiliki usaha atau memiliki produk untuk dijual secara online, masyarakat desa yang bersedia mengikuti pelatihan.

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan secara offline dengan sasaran pelaku usaha UMKM yang ada di Desa Mekarmukti. Dokumentasi dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat ditampilkan sebagai berikut:



Gambar 1. Hasil Foto Produk Dari Peserta Pelatihan



Gambar 2. Hasil Foto dan Pengeditan Pada Produk Rumahan





Gambar 3. Hasil Foto dan Pengeditan Pada Budidaya Maggot



Gambar 4. Hasil Pembukaan Toko Shopee





Gambar 5 Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam digital marketing dapat memberikan berbagai dampak positif, baik bagi masyarakat maupun bagi perusahaan atau individu yang melakukannya. Berikut beberapa dampaknya:

#### 1. Dampak bagi Masyarakat:

- a Peningkatan Literasi Digital, masyarakat mendapatkan pemahaman lebih baik tentang strategi pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, SEO, dan iklan online.
- b Membantu UMKM lokal dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan penjualan dan eksposur.
- c Pemberdayaan Ekonomi Lokal, mendorong pelaku usaha kecil dan menengah untuk go digital, sehingga mereka bisa menjangkau pasar yang lebih luas.
- d Memberikan peluang ekonomi baru melalui bisnis online dan e-commerce.
- e Peningkatan Kesadaran dan Partisipasi Masyarakat. Akses ke Peluang Baru

- f Masyarakat mendapatkan akses terhadap peluang kerja atau bisnis di sektor digital yang terus berkembang.

#### 2. Dampak bagi Individu yang Melakukan Pengabdian:

- a Peningkatan Pemahaman Digital Marketing, Individu akan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep dan strategi digital marketing seperti SEO, social media marketing, content marketing, dan advertising online.
- b Belajar bagaimana menerapkan teori dalam kasus nyata yang dihadapi UMKM.
- c Pengalaman Praktis Kesempatan untuk menerapkan keterampilan digital marketing secara langsung pada bisnis UMKM serta meningkatkan kredibilitas di industri pemasaran digital melalui pengalaman nyata.

Pengembangan Keterampilan Komunikasi dan Konsultasi, membantu UMKM mempelajari digital marketing memerlukan kemampuan komunikasi yang baik untuk menjelaskan konsep yang kompleks dengan cara yang mudah dipahami dan mengembangkan keterampilan konsultasi, seperti mendengarkan kebutuhan klien dan memberikan solusi yang relevan.

#### 4. KESIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan tema “Pelatihan *digital marketing* UMKM Desa Mekarmukti” dengan peserta sebanyak 50 orang peserta diantaranya yaitu mahasiswa Universitas Pelita Bangsa dan pelaku usaha dengan skala mikro dan menengah Desa Mekarmukti. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, peserta diberikan pembelajaran dan pendampingan untuk mendirikan toko online di platform marketplace seperti Shopee. Tujuan dari program ini adalah agar para pelaku usaha dapat meningkatkan



level bisnis mereka dan mengelola usaha secara lebih profesional. Kegiatan pengabdian masyarakat dalam digital marketing bukan hanya memberikan manfaat sosial, tetapi juga memperkuat posisi perusahaan atau individu dalam persaingan pasar digital. Dengan pendekatan yang tepat, kegiatan ini dapat menciptakan dampak jangka panjang yang positif bagi semua pihak yang terlibat

#### DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102.
- Hapsoro, B. B., Palupiningdyah, P., & Slamet, A. (2019). Peran digital marketing sebagai upaya peningkatan omset penjualan bagi kluster UMKM di Kota Semarang. *Jurnal Abdimas*, 23(2), 117–120.
- Hartatik, H., Rukmana, A. Y., Efitra, E., Mukhlis, I. R., Aksenta, A., Ratnaningrum, L. P. R. A., & Efdison, Z. (2023). *TREN TECHNOPRENEURSHIP: Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Kekinian dengan Teknologi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hartini, H., Wahyuningsih, H. D., Paryanta, P., & Zamri, R. M. (2024). Mengoptimalkan Digital Marketing Dalam Transformasi Digital: Membangun Bisnis Masa Depan. *E-Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Akuntansi STIE Semarang (SENMAS)*, 4(1), 358–368.
- Perwita, D. (2021). Telaah digital entrepreneurship: suatu implikasi dalam mengatasi permasalahan ekonomi. *Jurnal Promosi Program Studi Pendidikan*