



PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM DI DESA BUAH BERAK

Nanang Ermanto¹, Yufa Putri Septiarini², Jefry³, Ani Pujiati⁴, Ade Sandra Dewi⁵
^{1,2,3,4,5}Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai

Article Information

Article history:

Received August 15, 2024

Approved September 03 2024

Keywords: Digital Marketing, MSMEs, Increased Income

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak besar pada berbagai sektor ekonomi, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran pemasaran digital dalam pengembangan UMKM di Desa Buah Berak. Pemasaran digital menjadi sarana yang efektif untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan dari penjualan produk yang sebelumnya hanya dijual secara tradisional. Dengan menggunakan media sosial UMKM di Desa Buah Berak dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan daya saing mereka. Pengabdian ini dilakukan dengan mendatangi langsung lokasi UMKM. Mahasiswa KKN mendampingi UMKM dalam penerapan digital marketing seperti pembuatan maps dan media pemasaran online. Diharapkan dengan adanya pemasaran digital berkontribusi pada peningkatan penjualan, memperkuat merek dan loyalitas konsumen. Selain itu, pemasaran digital membantu UMKM dalam mengatasi keterbatasan sumber daya dan memperbaiki strategi pemasaran mereka..

ABSTRACT

The development of digital technology has had a major impact on various economic sectors, including micro, small and medium enterprises (MSMEs). This study aims to explore the role of digital marketing in developing MSMEs in Buah Berak Village. Digital marketing has become an effective means of expanding markets and increasing income from selling products that were previously only sold traditionally. By using social media, MSMEs in Buah Berak Village can reach more consumers and increase their competitiveness. This service is carried out by visiting MSME locations directly. KKN students accompany MSMEs in implementing digital marketing such as creating maps and online marketing media. It is hoped that digital marketing will contribute to increasing sales, strengthening brands and consumer loyalty. In

addition, digital marketing helps MSMEs overcome resource limitations and improve their marketing strategies..

© 2024 EJOIN (Jurnal Pengabdian Masyarakat)

**Corresponding author email: anipujiati@gmail.com*

PENDAHULUAN

Era persaingan global memaksa semua negara untuk berlomba dalam membangun serta memperkuat sistem perekonomiannya (Muhlizi, 2017). Perkembangan teknologi informasi dapat menyebabkan terjadinya adanya perubahan kultur kita dalam kegiatan sehari-hari. Adanya transformasi digital saat ini memberikan kesempatan dan peluang bagi para pelaku UMKM baik pemain lama ataupun baru dalam mengembangkan usahanya (Asmawiyah et al., 2022). Media elektronik merupakan salah satu media andalan yang digunakan untuk melakukan interaksi dalam berkomunikasi dan bisnis yang memanfaatkan fasilitas internet (Solihinet al., 2021). Digital marketing adalah salah satu cara yang dilakukan dalam pemasaran dengan menggunakan akses internet sebagai fasilitas utama, memanfaatkan media sosial, dan juga perangkat digital lainnya (Sasongko et al., 2020). Digital marketing dapat membantu para pelaku usaha dalam mempromosikan produk serta dapat memperluas jangkauan pemasaran melalui media digital sehingga produk yang dihasilkan akan lebih dikenal oleh masyarakat luas (Fitriany and Halim 2023).

Desa Buah Berak terletak di Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Desa ini merupakan salah satu desa yang berperan penting dalam perekonomian lokal dengan mayoritas penduduknya bekerja di sektor pertanian, perdagangan kecil, usaha mikro, peternakan, dan UMKM. Sektor UMKM di desa ini sedang berkembang, dengan beberapa usaha di bidang pengolahan makanan, dan kerajinan tangan. Pemasaran produk sebagian besar masih dilakukan secara tradisional, namun ada peningkatan kesadaran akan pentingnya digitalisasi untuk memperluas pasar. Akses internet di desa ini cukup memadai meskipun belum merata, yang menjadi tantangan bagi pengembangan UMKM berbasis digital. Dengan perkembangan teknologi digital, ada peluang besar bagi Desa Buah Berak untuk mengembangkan sektor UMKM melalui digitalisasi. Pengembangan produk lokal dan pemasaran digital dapat membuka akses pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing produk desa.

Berdasarkan dari latar belakang di atas maka secara umum rumusan masalah adalah bagaimana mengimplementasikan digital marketing UMKM dan apakah berpengaruh dalam meningkatkan pendapatan UMKM. Pendapatan semakin naik disebabkan oleh peningkatan volume penjualan. Dimana peningkatan penjualan dipengaruhi oleh promosi, periklanan, kualitas produk, harga dan lain-lain. Upaya untuk meningkatkan pemasaran dapat menggunakan digital marketing seperti social media dan maps UMKM.

Mengacu dari rumusan masalah diatas maka tujuan kegiatan pengabdian ini bagaimana mengimplementasikan digital marketing apakah dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM Desa Buah Berak. Harapannya dengan menerapkan digital marketing maka omset penjualan UMKM meningkat. Penjualan yang meningkat dapat menaikkan pendapatan UMKM sehingga UMKM bisa sejahterah.

Secara umum manfaat dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah digital marketing dapat memberikan Pengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM Desa Buah Berak. Bagi penulis agar menambah wawasan untuk penelitian selanjutnya. Bagi UMKM Desa Buah Berak agar semakin berinovasi dalam memasarkan hasil industrinya. Bagi masyarakat dengan kegiatan pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan tentang pentingnya pengelolaan digitalisasi marketing. Bagi masyarakat dengan kegiatan pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuannya dalam digitalisasi marketing.

METODE PELAKSANAAN

Pelatihan digital marketing dilakukan melalui dua kegiatan yaitu penyuluhan dan pelatihan digital marketing secara langsung Dusun 1, 2, 3, dan 4 di Desa Buah Berak untuk meningkatkan pemasaran. Pelatihan digital marketing yang dilakukan ialah membantu membuat google maps . Kegiatan ini sebelumnya diawali dengan survey terlebih dahulu kepada masyarakat Desa Buah Berak. Untuk mencari informasi mengenai potensi-potensi yang dapat dikembangkan dari desa dan sejumlah keluhan masyarakat dapat dilakukan dengan cara observasi. Dari cara tersebut didapatkan beberapa poin yang perlu untuk dilakukan peningkatan (Lesmanah, Melfazen, and Yazirin 2023).

Khalayak sasaran dalam kegiatan pengabdian ini adalah para pelaku UMKM di desa Buah Berak. Yang dimana pelaku UMKM ini agar kedepan nya dapat berkembang dalam hal tekonologi khusus nya dibidang Digital Marketing.

Metode yang digunakan dalam kegiatan pelatihan materi dan praktek digital marketing ini sebagai berikut:

1. Metode ceramah digunakan oleh pemateri unuk menjelaskan materi yang berkaitan dengan materi Digital Marketing
2. Metode diskusi digunakan untuk memperdalam materi bahasan baik bentuk tanya jawab secara perorangan
3. Metode pembelajaran dan praktek langsung mengenai Digital Marketing.

Kegiatan pengabdian ini terkait dengan pelatihan dan pembuatan media marketing digital di Desa Buah Berak untuk meningkatkan pendapatan sehingga masyarakat sejahterah. Hasil kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan para peserta untuk dapat membuat maps dan media online dengan baik. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan oleh Mahasiswa KKN dan Dosen Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai dalam rangka mewujudkan Tridharma Perguruan Tinggi.

Evaluasi dalam kegiatan ini dilaksanakan dalam tiga tahap yakni :

1. Tahap perencanaan kegiatan. Pada awal kegiatan ini, pemateri menjelaskan tentang materi yang akan disampaikan.
2. Tahap selama proses kegiatan. Berdasarkan materi yang telah disampaikan peserta diberikan waktu dalam bertanya serta diskusi masalah yang berkaitan dengan materi.
3. Tahap akhir kegiatan. Evaluasi pada akhir kegiatan ini dilakukan untuk mengukur keberhasilan dari seluruh program pelatihan ini. Evaluasi dilakukan melalui penilaian berdasarkan data di lapangan, Nampak bahwa para peserta pelatihan memahami penjelasan materi yang disampaikan. Hal ini terbukti dengan berbagai macam pertanyaan yang diajukan.

Pelaksanaan pelatihan ini selama dua hari pada tanggal 5 dan 6 agustus 2024, di Desa Buah Berak , Kecamatan Kalianda, Lampung selatan. Pada hari pertama pelatihan dilakukan pemberian materi marketing digital dan diskusi. Pada hari kedua dilaksanakan pembuatan google maps dan media online berupa instagram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini mengemukakan gambaran umum lokasi dan data yang diperoleh selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PPM). Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan metode survey langsung ke lokasi UMKM. Kegiatan ini merupakan pengabdian dalam rangka menumbuhkan minat dan kesadaran para pelaku UMKM di Desa Buah Berak untuk dapat melakukan pemasaran produk UMKM melalui pemasaran digital, dengan harapan ekonomi pelaku UMKM meningkat dan memberikan dampak positif bagi masyarakat setempat.

Pelatihan ini diikuti oleh seluruh pelaku UMKM di Desa Buah Berak yang ada di Dusun 1,2,3 dan 4. Peserta merupakan pengusaha dan pekerja yang memiliki latar belakang pendidikan paling tinggi lulusan SMA sehingga memiliki kemampuan yang kurang dalam menerapkan marketing digital.

Berdasarkan hasil survey dan konsultasi dengan Aparatur Desa Buah Berak mengenai kondisi usaha di desa yang kurang berkembang diakibatkan pemasaran yang tidak maksimal. Sehingga perlu dilaksanakan pelatihan digital marketing untuk meningkatkan penjualan maka pada tanggal 5 dan 6 Agustus 2024 dilaksanakan kegiatan sosialisasi dan pelatihan digital marketing, dalam meningkatkan pemahaman para Pelaku UMKM dalam melakukan pemasaran secara online atau digital.

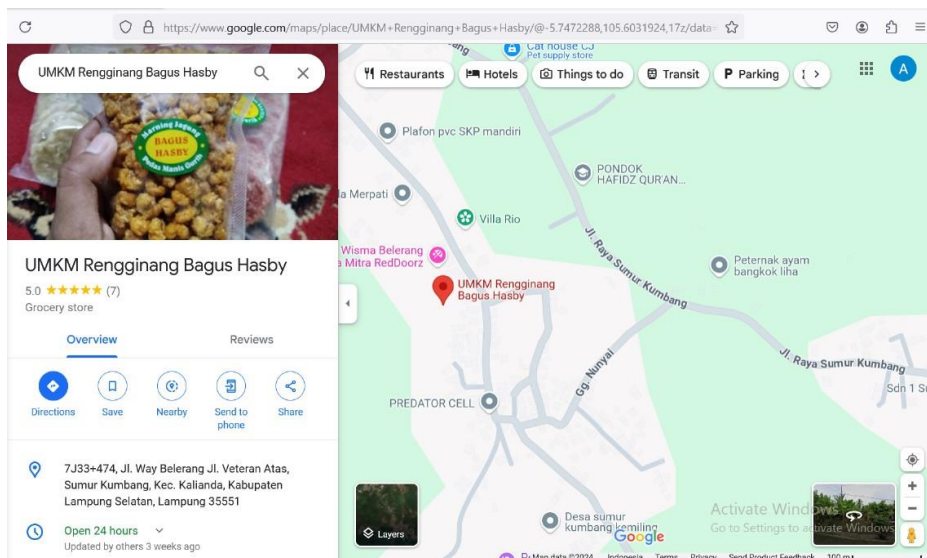


Setelah itu para peserta diajak berdialog dengan tanya jawab menyangkut materi yang telah disampaikan. Sedangkan hasil evaluasi yang telah dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan program kegiatan pengabdian ini, dapat dijabarkan sebagai berikut:

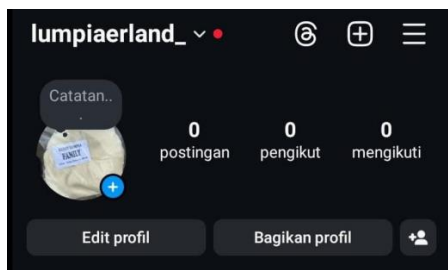
1. Pengetahuan serta minat dari para Pelaku UMKM didesa Buah Berak, Kecamatan Kalianda, Lampung Selatan

2. Tingkat pengetahuan dan pemahaman para pengelola usaha UMKM diukur dengan partisipasi yang berkembang dalam tanya jawab dan praktek pembuatan maps dan media online.
3. Berdasarkan data di lapangan nampak bahwa para peserta kegiatan pelatihan sangat memahami penjelasan materi yang disampaikan. Hal ini dibuktikan dengan berbagai macam pertanyaan yang diajukan serta diskusi.

Hasil praktek pembuatan google maps pada UMKM rengginang Bagus Hasby. Kendalanya sinyal tidak bagus jadi hanya di UMKM ini saja yang bisa dibuat mapsnya.



Instagram hasil contoh pembuatan IG Lumpia dan IG rengginang. Pelaku UMKM antusias dalam pelaksanaan praktek pembuatan instagram.



KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan Digital Marketing di Desa Buah Berak telah memberikan wawasan dan keterampilan penting kepada para peserta mengenai strategi pemasaran online yang efektif. Program ini berhasil meningkatkan pemahaman tentang konsep-konsep dasar digital marketing, pemasaran media sosial, dan pembuatan konten yang menarik. Selain itu, peserta juga mendapatkan pengetahuan tentang cara menggunakan alat dan platform digital untuk mempromosikan produk atau layanan mereka, serta cara menganalisis data untuk mengukur efektivitas kampanye pemasaran.

Pelatihan ini menunjukkan dampak positif terhadap keterampilan digital penduduk desa, meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya pemasaran online, dan memberikan mereka alat yang diperlukan untuk bersaing di pasar yang semakin digital. Namun, ada beberapa tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan akses ke teknologi yang lebih canggih dan keterbatasan dalam pemahaman mendalam tentang strategi

pemasaran yang lebih kompleks. Di Desa Buah Berak ini juga memiliki keterbatasan dalam hal lemahnya sinyal walaupun memakai Telkomsel sehingga biar sinyal bagus harus pasang WIFI sedangkan kemampuan masyarakat untuk pasang WIFI terbatas.

Mengingat kendala dari pelatihan ini dan permasalahan dari UMKM Desa Buah Berak terkait digital marketing maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. **Pemantauan dan Dukungan Berkelanjutan:** Untuk memastikan penerapan ilmu yang diperoleh selama pelatihan, penting untuk menyediakan dukungan berkelanjutan dan pemantauan. Ini dapat mencakup sesi tindak lanjut, konsultasi, atau bantuan teknis untuk mengatasi masalah yang mungkin timbul setelah pelatihan.
2. **Peningkatan Infrastruktur Teknologi:** Mengingat keterbatasan akses teknologi, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan infrastruktur digital di desa, seperti penyediaan akses internet yang lebih baik dan perangkat keras yang memadai.
3. **Pelatihan Lanjutan dan Spesialisasi:** Mengadakan pelatihan lanjutan yang lebih mendalam dan spesialisasi sesuai kebutuhan spesifik komunitas desa. Ini bisa meliputi topik-topik seperti analitik web, pemasaran berbasis data, dan penggunaan alat digital yang lebih kompleks.
4. **Kolaborasi dengan Pihak Ketiga:** Mendorong kolaborasi dengan lembaga pendidikan, organisasi non-profit, atau perusahaan yang memiliki keahlian di bidang digital marketing untuk mendapatkan akses ke sumber daya tambahan dan pengetahuan yang lebih mendalam.
5. **Pemasaran Lokal dan Penargetan Pasar:** Mengedukasi peserta tentang cara menyesuaikan strategi pemasaran digital dengan kebutuhan lokal dan pasar sasaran mereka untuk meningkatkan relevansi dan efektivitas kampanye pemasaran. Dengan langkah-langkah ini, pelatihan Digital Marketing di Desa Buah Berak dapat lebih efektif dalam memberdayakan masyarakat desa untuk memanfaatkan potensi digital secara maksimal dan meningkatkan daya saing mereka di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Asmawiyah, A., Kapriani, K., Basar, N. F., Nurjaya, N., Hariyanti, H., Aisyah, N., & Anggraeni, D. (2022). Sosialisasi Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Era Digitalisasi. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 5(9), 2993-3001
- [2] Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementasi, and Practice*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- [3] Fitriany, Fitriany, and Sri Endarti Halim. 2023. "Sosialisasi Digital Marketing Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh)." *Arunika: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(1):27–33. doi: 10.53654/ar.v2i1.369.
- [4] Lesmanah, Unung, Oktriza Melfazen, and Cepi Yazirin. 2023. "Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Ikan Asin." *I-Com: Indonesian Community Journal* 3(4):1719–25. doi: 10.33379/icom.v3i4.3338.
- [5] Libstiani, I. 2021. "Pencatatan Laporan Keuangan Pada Usaha Kecil." (*Disertasi Doktorat, SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA JAKARTA*). (20):7–23.
- [6] Muhlizi, A. F. (2017). Penataan Regulasi Dalam Mendukung Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 6(3), 349. <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v6i3.191>
- [7] Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*, Seventeenth Edition. In Pearson
- [8] Solihin, D., Ahyani, A., Karolina, K., Pricilla, L., & Octaviani, I. S. (2021). Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online

- Pada Umkm Di Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang. *Dedikasi Pkm*, 2(3), 307. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v2i3.10726>
- [9] Suhanto, S., and Y. Yumetri Abidin. 2021. "Laporan Pengabdian Pada Masyarakat:" Sosialisasi Peran UMKM Sebagai Salah Satu Upaya Dalam Mencapai Sustainable Development Goals".