

## Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Menggunakan Digital Marketing

**Mohammad Saat Ibnu Waqfin<sup>1\*</sup>, Enggri Yani Ristanti<sup>2</sup>, Muhammad Fahmi Cholqi<sup>3</sup>, Septi Dwi Andini<sup>4</sup>**

<sup>1,3</sup> Pendidikan Agama Islam, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

<sup>2</sup> Manajemen, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

<sup>4</sup> Ekonomi Syariah, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

\*Email: [ibnusaat@unwaha.ac.id](mailto:ibnusaat@unwaha.ac.id)

---

### ABSTRACT

*Today's technological developments require all people to be ready to face the challenges of the times. One of those affected by developments is in the business world. The faster the flow of people's consumption, they need technology to meet their daily needs. Currently, many consumers use information technology facilities, one of which is using the internet. The Internet is growing rapidly and has become one of the easiest sources of information to access. The flow of changing times has brought people's shopping styles to shift from being transformed into online transactions, one of which is through social media. They are UMKM, considering the role of dogotal in the current era is significant in marketing UMKM products in the community. In this community service using an R&D approach, where the author tries to analyze by participating directly in the field to unravel the problems that exist in the community and then map and solve these problems. by using digital marketing to disseminate their UMKM products both at the regional and national levels in order to create the creativity of these UMKM actors.*

**Keywords:** Marketing; UMKM; Digital Marketing;

### ABSTRAK

*Perkembangan teknologi di masa sekarang menuntut seluruh masyarakat untuk siap menghadapi tantangan zaman. Salah satu yang terkena dampak perkembangan adalah di dunia usaha. Semakin cepat arus konsumsi masyarakat, maka mereka membutuhkan teknologi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Saat ini, banyak konsumen yang menggunakan fasilitas teknologi informasi, salah satunya adalah menggunakan internet. Internet berkembang pesat dan menjadi salah satu sumber informasi yang mudah untuk di akses. Arus perubahan zaman membawa gaya hidup belanja masyarakat bergeser dari yang sifatnya konvensional berubah menjadi transaksi online salah satunya melalui media sosial. Pengabdian masyarakat ini berfokus pada pemahaman dan optimalisasi dalam pemasaran UMKM di desa Pulorejo Tembalang Jombang, tujuannya agar warga lebih mampu dan mengoptimalkan penggunaan digitalisasi dalam pemasaran hasil UMKM mereka, mengingat peran dogotal di era sekarang sangatlah signifikan dalam pemasaran produk-produk UMKM di masyarakat. Dalam pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan R&D, dimana penulis mencoba menganalisa dengan turut terjun langsung dilapanagn untuk mengurai permasalahan yang ada di masyarakat lalu di petakan dan diselesaikan permasalahan tersebut. kami berharap dalam pengabdian ini masyarakat dan pelaku UMKM di desa pulorejo tembelang jombang agar lebih luas lagi dengan adanya pemanfaatan digital marketing untuk menyebarluaskan produk-produk yang UMKM mereka baik ditingkat regional maupun pada tingkat nasional demi terciptanya kreatifitas para pelaku UMKM tersebut.*

**Kata Kunci:** pemasaran; UMKM; Digital Marketing;

---

### PENDAHULUAN

Berdasarkan arus zaman yang semakin berkembang memberikan perubahan terhadap semua sektor-sektor peradaban. Tak terkecuali dalam sektor ekonomi salah satunya adalah pada perkembangan teknologi digital marketing yang dapat memungkinkan para pelaku usaha, ataupun pihak yang akan memulai usaha untuk memasarkan produknya secara online (Sufaidah et al., 2022). Pemanfaatan digital

marketing menjadi suatu alternative yang tepat bagi pelaku usaha. Media digital marketing yang paling sering digunakan yaitu aplikasi media sosial (Nur *et al.*, 2022). Media sosial yang dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat karena kemudahan akses merupakan sebuah peluang besar bagi penjual untuk memasarkan produknya. Media sosial yang sering digunakan adalah Facebook, Instagram, WhatsApp (Fuadi, 2021).

Indonesia mengalami perubahan seiring dengan perubahan perilaku masyarakat, 49,6% konsumen mencari informasi produk secara online sebelum melakukan pembelian dengan demikian menjadi peluang bagi UMKM untuk memperluas akses pasar serta menjadi tantangan agar mampu bertahan di era digitalisasi (Hidayatulloh *et al.*, 2022). Usaha mikro memiliki peran penting dalam laju perekonomian sehingga diperlukan kolaborasi dalam membantu digitalisasi ekonomi. Jumlah UMKM di Indonesia 59,2 juta dari jumlah tersebut 3,79 juta atau 8% yang sudah go digital. Fungsi dari pemanfaatan teknologi untuk dapat memudahkan setiap transaksi yang dilakukan kemudahan ini kurang dimanfaatkan oleh pelaku UMKM (Hasanah *et al.*, 2021).

Berdasarkan pengamatan peneliti terdapat potensi pengembangan ketrampilan usaha yang dimiliki anggota PKK Desa Pulorejo dengan menerapkan digital marketing. Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2020 menjelaskan bahwa Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) merupakan salah satu lembaga kemasyarakatan Desa/Kelurahan yang mewadahi partisipasi masyarakat dalam bidang pemberdayaan kesejahteraan keluarga yang berada di tingkat rukun warga dan rukun tetangga atau sebutan lain yang mengkoordinasikan kelompok dasawisma. PKK di Desa Pulorejo memiliki 30 anggota yang terdiri dari 6 dusun yaitu Dusun Cempleng, Jatirejo, Karangasem, Kendalwesi, Pulorejo, dan Sarirejo. Banyak kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh ibu-ibu PKK untuk memberdayakan wanita di Desa Pulorejo. Kegiatan tersebut berupa sosialisasi, pelatihan dan kegiatan lainnya.

Ibu-ibu PKK Desa Pulorejo telah melakukan pelatihan yang menunjang ketrampilan ibu-ibu salah satunya berupa pelatihan pembuatan tas dari tali kur dan hantaran. Dari pelatihan tersebut setiap anggota selain mendapatkan ketrampilan membuat tas dan hantaran juga menghasilkan tas dan hantaran yang bagus serta memiliki nilai jual. Tujuan dari Ketua ibu-ibu PKK Desa Pulorejo mengadakan pelatihan tersebut adalah untuk mengasah kreativitas serta keahlian anggota dalam membuat produk seperti kerajinan tas dari tali kur dan hantaran. Di samping itu, potensi ini nantinya diharapkan dapat lebih dikembangkan dipasarkan sehingga dapat meningkatkan pendapatan keluarga.

Namun, setelah diadakan pelatihan tidak banyak anggota yang menjadikan ketrampilannya sebagai usaha bisnis, sehingga harapan untuk mengembangkan dan memasarkan hasil tas dan hantaran tersebut belum tercapai. Kendala yang dihadapi anggota dalam mengembangkan ketrampilannya untuk menjadi usaha bisnis adalah pada modal dan kurangnya pemahaman anggota untuk memasarkan hasil produk tersebut.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh anggota PKK dalam mengembangkan ketrampilan serta usahanya, dan besarnya potensi usaha yang dimiliki anggota PKK Desa Pulorejo, maka pengabdian pada bidang ekonomi ini mengadakan pendampingan pemanfaatan dan pemasaran UMKM dengan menggunakan digital marketing. Dengan pelatihan tersebut diharapkan dapat membantu anggota PKK dalam mengembangkan ketrampilan dan usahanya agar dapat dijangkau oleh konsumen lebih luas serta meningkatkan penjualan.

## **METODE**

Metode pelaksanaan adalah desain atau kerangka yang digunakan dalam pengabdian untuk memberikan informasi atau pemetaan masyarakat (*social mapping*) secara langsung sehingga terjadi interaksi yang cair antara masyarakat dengan pelaksana kegiatan.

Adapun pendekatan atau metode yang digunakan pada pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini pada skema bidang ekonomi di antaranya adalah *Participatory Action Research (PAR)*, *Service Learning (SL)* dimana pada penerapannya melibatkan langsung partisipasi peserta yaitu anggota PKK Desa Pulorejo. Pada pelaksanaan program kegiatan “Pendampingan pemanfaatan dan Pemasaran Produk UMKM Menggunakan Digital Marketing” ini menggunakan metode sosialisasi dan diskusi serta pendampingan penerapan digital marketing. Melalui kegiatan pelatihan ini diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh pihak mitra.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat pada skema KKN PPM ini telah dilakukan pada bulan Oktober 2022. Kegiatan ini terdiri beberapa tahapan yang sudah dilakukan sebagai berikut; Koordinasi dengan Mitra. Awal program kegiatan pengabdian pada masyarakat pada skema KKN-PPM ini dilaksanakan dengan melakukan koordinasi awal melalui ijin pelaksanaan KKN-PPM yang dilakukan dengan Kepala desa Pulorejo Bapak Denny Sparingga S.H. Hasil koordinasi dengan pihak mitra mengizinkan melakukan kegiatan KKN-PPM sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan. Setelah perijinan selesai, selanjutnya dilakukan koordinasi lanjutan dengan pengurus PKK desa Pulorejo Ibu Sugiati terkait dengan pelatihan pemasaran produk UMKM menggunakan digital marketing. Pelatihan akan diadakan di Balai Desa Pulorejo kecamatan Tembelang kabupaten Jombang.

Penyusunan materi pada kegiatan ini disusun oleh tim pelaksana KKN-PPM bersama pemateri pada pelatihan dengan melakukan kajian pustaka dari berbagai referensi terkait dengan pemasaran dan Media sosial dalam jual beli online. Tahap penyusunan materi ini dimulai pada awal pelaksanaan dan digunakan untuk kegiatan sosialisasi kepada perangkat desa. Selain itu, dilaksanakan perancangan pelatihan pemasaran produk UMKM menggunakan digital marketing oleh tim pelaksana KKN-PPM. Kegiatan perancangan seminar pelatihan pemasaran produk UMKM menggunakan digital marketing meliputi mengundang anggota PKK desa Pulorejo.

Dalam pendampingan pemasaran produk UMKM menggunakan digital marketing terdapat kegiatan diskusi dan tanya jawab serta pendampingan penerapan digital marketing dengan peserta pelatihan. Hasil dari kegiatan tersebut menunjukkan bahwa beberapa peserta pelatihan mengalami kebingungan ketika menghadapi kemajuan teknologi saat ini. Salah satu contoh adalah anggota PKK mengeluh dikarenakan bingungnya memasarkan sebuah produk ke wilayah yang lebih luas. Selain itu, beberapa peserta juga mengalami kesulitan dalam kegiatan menarik perhatian konsumen. Respon peserta dari pelatihan ini menunjukkan bahwa peserta pelatihan sangat membutuhkan adanya pelatihan mengenai digital marketing untuk mengatasi permasalahan dalam memasarkan produknya.

Sebagai kelanjutan dari program kegiatan pelatihan adalah pembuatan brosur Digital Marketing yang akan diberikan kepada anggota PKK sebagai media pembelajaran kembali mengenai materi yang telah diperoleh pada program kegiatan “Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Menggunakan Digital Marketing”. Brosur merupakan sumber belajar berbahan cetak yang didalamnya terdapat gambar atau tulisan yang berisikan penjelasan-penjelasan singkat mengenai sesuatu informasi tertentu. Brosur dapat dijadikan sebagai sumber belajar yang menarik dalam pembelajaran, karena bentuknya yang sederhana dan praktis, selain itu dengan adanya ilustrasi gambar dalam sebuah brosur akan menarik minat pembaca untuk menggunakannya.

Sebagai kelanjutan dari program kegiatan “Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Menggunakan Digital Marketing” yang digunakan pada PKM adalah brosur digital marketing. Dalam brosur digital marketing ini memuat informasi mengenai digital marketing yang dikemas dengan ilustrasi serta tulisan menarik. Fungsi dari brosur digital marketing ini adalah sebagai media belajar digital marketing yang praktis dan mudah dimengerti, karena sasaran mitra kegiatan KKN-KPM adalah ibu-ibu PKK yang waktu belajarnya tidak sebanyak siswa maka kami menggunakan media yang praktis dan mudah dimengerti oleh mitra yaitu brosur. Selain itu, brosur juga memiliki manfaat yaitu dapat memberikan pemahaman lebih cepat karena materi disajikan dengan sederhana dan terdapat ilustrasi yang menarik, dapat membuat pembaca mudah mengingat materi dalam brosur karena tampilannya yang praktis dan sederhana, dapat meningkatkan perhatian pembaca untuk memperhatikan dan memahami materi dalam brosur, dapat membuat proses belajar lebih efisien (Rosita, 2020).

Dengan adanya kegiatan “Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Menggunakan Digital Marketing” dan brosur “Digital Marketing” diharapkan akan memberikan dampak positif dalam bidang ekonomi masyarakat khususnya anggota PKK Desa Pulorejo Kecamatan Tembelang. Salah satunya yaitu dapat meningkatkan minat dan ketrampilan anggota PKK untuk mengembangkan ketrampilan yang dimiliki dalam membuat produk dengan nilai jual sebagai usaha UMKM. Dengan ilmu digital marketing yang sudah diberikan pada kegiatan “Pelatihan Pemasaran Produk UMKM Menggunakan Digital Marketing” anggota PKK dapat memulai memasarkan produknya ke wilayah konsumen yang lebih luas jangkauannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan anggota PKK Desa Pulorejo. Dengan upaya-upaya tersebut juga dapat menambah lowongan kerja untuk masyarakat desa Pulorejo, sehingga perekonomian masyarakat desa dapat semakin meningkat.

Dengan adanya kegiatan “Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Menggunakan Digital Marketing” dan brosur “Digital Marketing” diharapkan akan memberikan dampak positif dalam bidang

sosial masyarakat khususnya anggota PKK Desa Pulorejo Kecamatan Tembelang. Salah satunya adalah dengan ilmu yang telah diterima pada pelatihan anggota PKK desa Pulorejo dapat lebih bersinergi dan saling mendukung untuk mengembangkan ketrampilannya dalam memproduksi produk dan pemasaran produknya ke wilayah konsumen yang lebih luas. Dengan sinergi tersebut maka akan berdampak juga kepada kemajuan perekonomian masyarakat dan juag kemajuan sektor lainnya.

Begitu juga dengan adanya kegiatan “Pelatihan Pemasaran Produk UMKM Menggunakan Digital Marketing” dan brosur “Digital Marketing” diharapkan akan memberikan dampak positif dalam masyarakat khususnya anggota PKK Desa Pulorejo Kecamatan Tembelang. Sektor lain yang mendapatkan dampak dari adanya kegiatan ini salah satunya adalah sektor pertanian dan peternakan. Dengan ilmu yang telah diterima pada pelatihan, anggota PKK yang memiliki usaha dalam sektor pertanian dan peternakan dapat memasarkan hasil pertanian dan peternakannya kepada konsumen yang lebih luas, sehingga dapat memudahkan dan meningkatkan penjualan hasil pertanian dan peternakan kepada konsumen.

## **SIMPULAN**

Berikut adalah simpulan dari Kegiatan pengabdian ini, bahwa terdapat dua permasalahan yang ada pada PKK Desa Pulorejo yaitu kurangnya pemahaman mitra dalam penggunaan media digital sebagai media dalam pemasaran dan kurangnya pemahaman mitra mengenai pemasaran digital untuk meningkatkan permintaan dengan jangkauan wilayah konsumen yang lebih luas. Solusi yang diberikan adalah mengadakan pelatihan digital marketing kepada PKK Desa Pulorejo dengan judul kegiatan “pendampingan Pemasaran Produk UMKM Menggunakan Digital Marketing”.

Tujuan diadakan kegiatan “Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Menggunakan Digital Marketing” adalah untuk meningkatkan pemahaman bagi mitra mengenai penggunaan media digital sebagai media dalam pemasaran dan untuk meningkatkan pemahaman bagi mitra mengenai pemasaran digital untuk meningkatkan permintaandengan jangkauan wilayah konsumen yang lebih luas.

Metode yang digunakan pada pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat pada skema KKN-PPM kelompok 08 bidang ekonomi Universitas KH. A. Wahab Hasbullah ini di antaranya adalah *Participatory Action Research (PAR)*, *Service Learning (SL)* dimana pada penerapannya melibatkan langsung partisipasi peserta yaitu anggota PKK Desa Pulorejo. Sebagai langkah selanjutnya adalah pembuatan brosur Digital Marketing yang akan diberikan kepada anggota PKK sebagai media pembelajaran kembali mengenai materi yang telah diperoleh pada program kegiatan “Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Menggunakan Digital Marketing”.

## **DAFTAR RUJUKAN**

- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1-13.
- Hasanah, M., Juliana, N., & Kiranti, K. P. (2021). Digital marketing a marketing strategy for umkm products in the digital era. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3 (1): 36. <https://doi.org/10.20527/kss.v3i1.4146>.
- Hidayatulloh, F., Aisa, A., Sa'adah, H. I., Rahmatika, A. N. M., Hidayati, F. N., Fuad, F. Z., & Hafizh, Y. F. (2022). Pemberdayaan Ibu PKK di Desa Sidomulyo melalui Seminar Berwirausaha. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 142-146.
- Nur, L. C. N., Maarif, I. B., & Husnia, M. (2022). Strategi Pemasaran melalui Digital Marketing Berbasis E-Modul Flipbook untuk Kelompok Wanita Tani Desa Bedahlawak. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 69-81.
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9 (2): 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>.
- Sufaidah, S., Aminah, N., Prasastii, M. A., & Oktavianti, D. (2022). Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan dan Digital Marketing. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 152-156.