

---

## Seminar Digital Marketing Terhadap Produk UMKM untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Randuwatang

**Muhammad Farid Nasrulloh<sup>1\*</sup>, Faisol Hidayatulloh<sup>2</sup>, Wisnu Mahendri<sup>3</sup>, Khotim Fadhli<sup>4</sup>, Putri Marsella Zaliani<sup>5</sup>, Mohammad Jafar Sodiq Maksum<sup>6</sup>**

<sup>1,2</sup>Pendidikan Matematika, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

<sup>3,4,5</sup>Manajemen, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

<sup>6</sup>Agroekoteknologi, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

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

---

### ABSTRACT

*Currently, not many MSMEs are using this sophisticated digital platform, due to a lack of understanding about digital marketing which can boost people's economies. Based on the results of a pre-survey with several UMKM players, especially the food sector, that they do not yet have halal product certification, because: (1) They do not understand the importance of digital marketing and its impact on UMKM to improve the welfare of the Randuwatang community. (2) UMKM players do not yet know how to apply online platforms to produce interesting content to attract the target market. (3) UMKM players are still seasonal in opening businesses because other sources of livelihood are more dominant, such as drivers, craftsmen, etc., than UMKM. Based on the problems faced by partners, community service activities in the LPPM scheme are carried out through digital marketing seminars on UMKM products to improve the welfare of the Randuwatang village community. The method used in this digital marketing seminar is to provide material regarding the importance of digital marketing for UMKM in the current millennial era. The method is interactive discussion in the form of questions and answers by participants who do not understand and are answered directly by the resource person. From the implementation of socialization activities, it was concluded that digital marketing had proven to be an effective tool for improving the welfare of the community in Randuwatang Village.*

**Keywords:** Digital Marketing Workshop; Product MSME.

### ABSTRAK

*Pada saat ini pelaku UMKM belum banyak yang memakai platform digital yang sudah canggih ini, dikarenakan kurangnya pemahaman tentang digital marketing tersebut yang dapat mendongkrak perekonomian warga. Berdasarkan hasil pra survey dengan beberapa pelaku UMKM khususnya sektor pangan, bahwa mereka belum memiliki sertifikasi produk halal, karena: (1) Belum memahami pentingnya digital marketing dan dampaknya pada UMKM untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Randuwatang. (2) Pelaku UMKM belum mengetahui cara mengaplikasikan platform online untuk menghasilkan konten yang menarik untuk menarik target pasar. (3) Pelaku UMKM masih musiman dalam membuka usaha dikarenakan mata pencaharian yang lebih dominan ke yang lain seperti supir, tukang, dll, dari pada UMKM. Berdasarkan permasalahan- permasalahan yang dihadapi oleh mitra, maka kegiatan pengabdian masyarakat pada skema LPPM melalui Seminar digital marketing terhadap produk umkm untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa Randuwatang. Metode yang digunakan dalam seminar digital marketing ini adalah pemberian materi mengenai pentingnya digital marketing bagi para pelaku UMKM dalam era milenial seperti pada saat ini. Adapun metode yang digunakan adalah diskusi interaktif berupa tanya jawab oleh peserta yang kurang faham dan dijawab langsung oleh narasumber. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi diperoleh simpulan bahwa digital marketing terbukti menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Randuwatang.*

**Kata Kunci:** Seminar Digital Marketing, Produk UMKM.

---

## PENDAHULUAN

Era Globalisasi saat ini banyak sekali kemajuan yang berkembang pesat di dunia ini. Yang menyebabkan sebagai generasi modern ini kita harus mengikuti arus perkembangan ini. Sebagai contohnya internet, dimana peluang yang dapat dimanfaatkan untuk memasarkan UMKM agar lebih mendunia. Usaha mikro, kecil dan menengah mempunyai peran penting untuk memajukan perekonomian di Indonesia (Stiadi, dkk., 2021). Hal ini dapat diikuti dengan adanya jumlah *e-commerce* dan *marketplace*. Yang secara global dapat memasarkan produk-produk dan memperluas jangkauan penjualan hingga daerah kota maupun pedesaan dengan adanya media digital. Melihat hal tersebut terdapat peluang yang baik untuk berwirausaha. Para pelaku UMKM dapat memanfaatkan penggunaan cara promosi yang lebih efektif dan efisien untuk mendukung peningkatan volume penjualan produk mereka serta dapat menjadikan pola pikir inovatif dan kreatif (Yuninda & Kusumawardhani, 2021).

Para pelaku UMKM dapat memanfaatkan penggunaan cara promosi yang lebih efektif dan efisien untuk mendukung peningkatan volume penjualan produk mereka. Pemasaran dengan cara lama yaitu pemasaran klasik sudah jarang ada orang yang memakai dan lebih memakai pemasaran yang modern dengan memilih adanya media digital. Sudah banyak sekali warga negara yang sudah memakai digital marketing sebagai jembatan penghasilan yang lebih layak. Pada saat ini pelaku UMKM belum banyak yang memakai platform digital yang sudah canggih ini, dikarenakan kurangnya pemahaman tentang digital marketing tersebut yang dapat mendongkrak perekonomian warga (Mirfaqo & Setiawati, 2024). Berdasarkan hasil pra survei dengan beberapa pelaku UMKM khususnya sektor pangan, bahwa mereka belum memiliki sertifikasi produk halal, karena: (1) Belum memahami pentingnya digital marketing dan dampaknya pada UMKM untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Randuwatang. (2) Pelaku UMKM belum mengetahui cara pengaplikasian platform online untuk menghasilkan konten yang menarik untuk menarik target pasar. (3) Pelaku UMKM masih musiman dalam membuka usaha dikarenakan mata pencaharian yang lebih dominan ke yang lain seperti supir, tukang, dll, dari pada UMKM.

Berdasarkan permasalahan- permasalahan yang dihadapi oleh mitra, maka kegiatan pengabdian masyarakat pada skema LPPM melalui Seminar digital marketing terhadap produk UMKM untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa Randuwatang. Pengabdian ini memiliki tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dengan adanya digital marketing sebagai alat pemasaran digital untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Randuwatang. Memperluas pemasaran online baik nasional maupun internasional yang dapat mendongkrak omset pembelian untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Randuwatang. Mengoptimalkan pemanfaatan teknologi agar terciptanya inovasi dan kreativitas dalam pemasaran platform digital untuk meningkatkan kemandirian ekonomi desa.

Persoalan tersebut dapat diatasi dengan adanya pemahaman atau melakukan banyak kegiatan yang berhubungan dengan digital marketing untuk mengetahui betapa pentingnya digital marketing dalam UMKM. Sehingga dapat memasarkan produk UMKM dari jenjang nasional sampai internasional. Persoalan ini juga dimanfaatkan oleh berbagai pihak salah satunya yaitu para *reseller* yang menjual produk yang lebih tinggi harganya. Berdasarkan hasil survei awal dengan beberapa pelaku UMKM khususnya sektor pangan, bahwa mereka belum memiliki sertifikasi produk halal dikarenakan belum memahami pentingnya digital marketing dan dampaknya pada UMKM untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Randuwatang. Pelaku UMKM juga belum mengetahui cara pengaplikasian platform online untuk menghasilkan konten yang menarik untuk menarik target pasar. Selain itu, pelaku UMKM masih musiman dalam membuka usaha dikarenakan mata pencaharian yang lebih dominan ke yang lain seperti sopir, tukang, dll, dari pada UMKM.

*Digital marketing* mencakup berbagai teknik dan strategi yang dilakukan secara online untuk membantu pemasaran produk UMKM (Aditya & Rusdianto, 2023). Ini melibatkan penggunaan internet dan perangkat digital untuk menjangkau dan berinteraksi dengan konsumen. Salah satu komponen utama digital marketing adalah media sosial. Platform seperti Facebook, Instagram, dan TikTok digunakan untuk membangun komunitas, berinteraksi dengan pelanggan, dan mempromosikan konten. Media sosial memberikan kesempatan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan.

Membangun jaringan antar pelaku UMKM juga merupakan target penting. Seminar digital marketing ini menyediakan kesempatan bagi peserta untuk berinteraksi, berbagi pengalaman, dan menciptakan koneksi dengan pelaku usaha lain. Jaringan ini dapat membuka peluang kolaborasi dan saling mendukung di antara pelaku UMKM. Dengan mempelajari teknik pemasaran yang efektif, peserta diharapkan dapat meningkatkan visibilitas merek mereka di pasar. Keberhasilan dalam mencapai target ini dapat diukur melalui peningkatan pengikut di media sosial mereka setelah seminar. Selanjutnya, seminar juga bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk UMKM. Menciptakan umpan balik positif tentang seminar juga

menjadi target luaran yang penting. Dengan mengumpulkan umpan balik dari peserta melalui survei atau kuesioner, maka dapat mengevaluasi kepuasan peserta terhadap konten, pembicara, dan keseluruhan pengalaman seminar. Target ini dapat diukur dengan persentase peserta yang memberikan penilaian baik atau sangat baik.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam seminar digital marketing ini adalah pemberian materi mengenai pentingnya digital marketing bagi para pelaku UMKM dalam era milenial seperti pada saat ini. Adapun metode yang digunakan adalah diskusi interaktif berupa tanya jawab oleh peserta yang kurang faham dan dijawab langsung oleh narasumber (Nasrulloh, dkk., 2023). Khalayak sasaran kegiatan pengabdian dengan tema “Seminar digital marketing terhadap produk UMKM untuk meningkatkan kesejahteraan Masyarakat Desa Randuwatang Kecamatan Kudu” adalah Masyarakat Desa Randuwatang terutama para pemilik UMKM. Kegiatan ini dilaksanakan pada posko pengabdian Desa Randuwatang. Kegiatan ini memiliki narasumber dari salah satu dosen Fakultas Ekonomi Universitas KH.A. Wahab Hasbullah yaitu Bapak Faisol Hidayatulloh, M.Pd. dan tim pelaksana pengabdian yang berpengalaman mengenai digital marketing.

Pada proses identifikasi ini dilakukan dengan *survey* secara langsung ke lokasi dengan melihat kondisi dan produk yang dihasilkan oleh mitra, tim pelaksanaan pengabdian menemui perangkat desa di Desa Randuwatang Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Tidak hanya melihat kondisi lokasi mitra, tim pelaksana pengabdian juga melakukan wawancara untuk mengidentifikasi dan menggali lebih dalam apa saja permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Disamping itu juga, tim pelaksana pengabdian juga mengamati beberapa produk yang dihasilkan dan dijual oleh mitra. Hal ini diharapkan agar kegiatan dapat berjalan lancar dan mitra mendapat manfaat serta pengetahuan mengenai pemasaran menggunakan *digital marketing*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Hasil dari kegiatan Seminar dengan tema “Digital Marketing terhadap product UMKM untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di desa Randuwatang yaitu para peserta memperoleh ilmu baru dari narasumber, memberikan ide kepada calon maupun pengusaha untuk memanfaatkan potensial lainnya dan diharapkan dapat mengaplikasikannya. Materi yang didapatkan dari kegiatan Seminar bisa dimanfaatkan untuk mengembangkan usaha UMKM dalam strategi bersaing dalam berusaha menggunakan pemanfaatan digital marketing. Dengan adanya kegiatan ini, masyarakat juga terbantu dalam mempuyai ide dalam mempromosikan usahanya dan bagi pemuda pemudi bisa memahami banyaknya manfaat dalam menggunakan sosial media salah satunya digital marketing untuk memperoleh *benefit/keuntungan*. Berikut angket hasil pemahaman masyarakat sebelum dan sesudah mengikuti seminar digital marketing dengan mengisi angket 25 responden.

### **Pembahasan**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini didukung oleh beberapa pihak salah satunya adalah Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) UNWAHA yang berkerja sama dan bersinergi dalam hal sumber daya manusia dengan pihak fakultas dan program studi yang dengan kegiatan yang akan dilaksanakan. Kegiatan ini akan mencapai keberhasilan atau kelancaran karena adanya Kerja sama dengan pihak mitra (sasaran) dimana sumber permasalahan diperoleh dari pihak mitra tersebut. Pelaksanaan ini bersifat partisipatori, dimana tim pengusul dan mitra secara bersama-sama dan proaktif untuk terlibat dalam kegiatan seminar ini. Langkah awal pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat dengan skema Program Kemitraan Masyarakat yaitu tim pengusul melakukan koordinasi awal dengan kepala desa dan juga melakukan observasi mengenai digital marketing pada perangkat desa dan warga sekitar Desa Randuwatang dengan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan digital marketing.

**Tabel 1.** Kondisi Sebelum dan Sesudah Pelaksanaan Pengabdian

Aspek yang diukur	Sebelum Pelaksanaan Pengabdian	Sesudah Pelaksanaan Pengabdian
Pemahaman	70%	86%
Pengetahuan	68%	92%
Kepuasan	61%	91%



**Gambar 1.** Pelaksanaan Seminar Digital Marketing

Setelah melakukan observasi, tim pengusul mengadakan seminar digital marketing terhadap produk UMKM yang dilaksanakan 09 Agustus 2024 dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan pada masyarakat mengenai pentingnya digital marketing. Kegiatan seminar ini dilaksanakan di Desa Randuwatang dengan peserta pemilik UMKM Desa Randuwatang. Dalam kegiatan ini dilakukan pemaparan materi mengenai pentingnya pemanfaatan digital marketing pada era milenial seperti pada saat ini. Untuk mengetahui tingkat keberhasilan atau kegagalan kegiatan seminar digital marketing ini, maka pada khalayak sasaran perlu dilakukan evaluasi kegiatan. Evaluasi dilakukan secara spesifik untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan pemahaman khalayak sasaran terhadap materi yang disampaikan.

Evaluasi awal dilakukan sebelum penyampaian materi kepada khalayak sasaran dengan maksud untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya digital marketing terhadap produk UMKM. Evaluasi ini dilakukan dengan menggunakan beberapa daftar pertanyaan mengenai aspek pengetahuan dan pemahaman khalayak sasaran. Dimana hasil dari evaluasi awal ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan dan pemahaman peserta kegiatan seminar digital marketing tergolong rendah. Evaluasi proses dilakukan selama proses kegiatan seminar digital marketing ini berlangsung. Evaluasi ini dilakukan dengan cara menilai partisipasi aktif para peserta kegiatan melalui sejumlah pertanyaan dan bobot masing-masing pertanyaan yang diajukan. Terlihat para peserta memberikan sikap yang positif melalui keaktifan para pelaku UMKM di Desa Randuwatang dalam mengikuti kegiatan ini. Evaluasi akhir dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang sama pada waktu *post test* yang diselenggarakan pada akhir kegiatan. Evaluasi akhir bertujuan untuk mengetahui keberhasilan kegiatan seminar digital marketing dengan membandingkan pengetahuan dan pemahaman sebelum dan sesudah kegiatan dilakukan. Hasil yang dicapai para peserta ditunjukkan dengan melihat perkembangan hasil evaluasi akhir, dalam hal ini 18 dari 21 peserta memiliki pemahaman yang tinggi tentang digital marketing.

## SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi "*Digital Marketing terhadap produk UMKM untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di desa Randuwatang*" di Desa Randuwatang, diperoleh simpulan bahwa digital marketing terbukti menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Randuwatang. Dengan pemanfaatan teknologi yang tepat, UMKM lokal dapat bersaing di pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan mereka. Oleh karena itu, perlu adanya dukungan yang berkelanjutan untuk mendorong adopsi digital marketing di kalangan UMKM di desa-desa lainnya. Di sisi lain seminar ini membantu masyarakat menambah pengetahuan mengenai pemasaran melalui sosial media seperti Tik Tok, Shopee, Instagram dll.

## DAFTAR RUJUKAN

- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Mirfaqo, N. H., & Setiawati, A. (2024). *Pemberdayaan UMKM Masyarakat Melalui Digital Marketing Di Desa Jajar, Kecamatan Wates, Kabupaten Kediri*.
- Nasrulloh, M. F., Mahendri, W., Fadhli, K., & Maksum, M. J. S. (2023). Pelatihan Digital Marketing Produk UMKM Pada Masyarakat Desa Betek Guna Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jumat*

*Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), Article 2.  
<https://doi.org/10.32764/abdimasekon.v4i2.4019>

Stiadi, M., Herlinudinkhaji, D., Ariyanti, Y. D. P., & Erwanti, N. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Bagi Pelaku Umkm. *Bakti Banua : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.35130/bbjm.v2i1.212>

Yuninda, Y., & Kusumawardhani, R. (2021). The Effect Of Roa, Capital, Growth Assets, Ldr And Der On Share Prices In Registered Banking Sectors In Indonesia Stock Exchange Period 2010—2018. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(3), Article 3. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v5i3.1566>