



PENINGKATAN UMKM KECAMATAN CIPAYUNG MELALUI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL

Improving Msmes In Cipayung District Through Digital Marketing Strategies

Fahrul Nurzaman*, Asril Basry, I Gede Agus Suwartane, Dian Gustina, Nafisah Yuliani, Susi Wagiyati P, Dwi Dinariana

Fakultas Teknik Universitas Persada Indonesia Y.A.I

Jl. Diponegoro No. 74 Jakarta Pusat, Indonesia

*Alamat Korespondensi: fahrul.nurzaman@upi-yai.ac.id

(Tanggal Submission: 4 Mei 2024, Tanggal Accepted : 23 Juli 2024)



Kata Kunci :

Media Sosial,
UMKM, Internet,
Teknologi

Abstrak :

Di era modern seperti saat ini, media pemasaran telah berkembang dan menawarkan berbagai macam media penjualan, yang tentu membuat lebih mudah bagi bisnis untuk memasarkan produk mereka. Namun, ada beberapa alasan mengapa tidak semua bisnis memahami dan mampu menggunakan media penjualan tersebut, seperti kurangnya sosialisasi dan pemahaman tentang digital marketing, dan pilihan bisnis untuk tetap setia pada platform tertentu. Tujuan dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat adalah untuk memberikan pemahaman yang komprehensif kepada pemilik UMKM tentang pengenalan mengenai kewirausahaan dan *entrepreneurship*, pengenalan media sosial yang dapat digunakan sebagai tempat promosi produk UMKM, pengenalan strategi dan praktik terbaik dalam pemasaran digital, sehingga mereka dapat mengoptimalkan kehadiran *online* mereka, meningkatkan visibilitas, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian masyarakat ini dilakukan secara tatap muka di Kelurahan Cipayung Peserta PKM adalah UMKM Kelompok Petani Bumi Perta (KPPB), UMKM Grape Garden, UMKM Ayam Bakar Madu sebanyak 22 orang. Hasil pelatihan UMKM dalam strategi pemasaran digital di UMKM Kecamatan Cipayung memberikan pemahaman tentang keuntungan dan potensi pasar yang dapat diperoleh melalui penggunaan teknologi digital. Pelatihan ini membantu UMKM untuk memahami konsep pemasaran digital, alat dan platform yang digunakan, serta strategi yang efektif untuk mencapai target pasar mereka. Dengan pelatihan yang tepat, UMKM dapat memanfaatkan potensi pemasaran digital

secara maksimal untuk meningkatkan visibilitas, menghasilkan penjualan yang lebih tinggi, dan memperluas jangkauan pelanggan mereka.

Key word :

Social Media, MSMEs, Internet, Technology

Abstract :

In this modern era, marketing media has developed and offers various kinds of sales media, which of course makes it easier for businesses to market their products. However, there are several reasons why not all businesses understand and are able to use these sales media, such as a lack of socialization and understanding of digital marketing, and business choices to remain loyal to certain platforms. The aim of implementing community service is to provide a comprehensive understanding to MSME owners. about an introduction to entrepreneurship and entrepreneurship, an introduction to social media which can be used as a place to promote MSME products, an introduction to strategies and best practices in digital marketing, so that they can optimize their online presence, increase visibility, and achieve sustainable business growth. The implementation of this community service activity was carried out face to face in Cipayung Subdistrict. PKM participants were the Bumi Perta Farmers Group (KPPB) MSMEs, Grape Garden MSMEs, and 22 Honey Grilled Chicken MSMEs. The results of MSME training in digital marketing strategies at Cipayung District MSMEs provide an understanding of the benefits and market potential that can be obtained through the use of digital technology. This training helps MSMEs to understand digital marketing concepts, tools and platforms used, as well as effective strategies to reach their target market. With the right training, MSMEs can exploit the full potential of digital marketing to increase visibility, generate higher sales and expand their customer reach.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Nurzaman, F., Basry, A., Suwartane, I. G. A., Gustina, D., Yuliani, N., Wagiyati, P. S., & Dinariana, D. (2024). Peningkatan UMKM Kecamatan Cipayung Melalui Strategi Pemasaran Digital. *Jurnal Abdi Insani*, 11(3), 118-131. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i3.1588>

PENDAHULUAN

Saat ini dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, kegiatan usaha dan bisnis dijalankan melalui internet sebagai sarana dalam memasarkan produk barang atau jasa. Media sosial menjadi salah satu pilihan bagi para pelaku usaha untuk kegiatan pemasaran usaha dan bisnis mereka. Penggunaan Media sosial menjadi salah satu pilihan yang efektif dalam menyampaikan informasi yang berkenaan dengan produk usaha dan bisnis dikarenakan cakupan dan potensi calon pelanggan yang sangat luas. Pemanfaatan media sosial menjadi hal yang penting bagi para pelaku usaha terutama usaha mikro dan menengah dikarenakan biaya operasional yang terjangkau dan cakupan pemasaran yang cukup luas.

Dalam hal mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan Pemerintah memberdayakan dan mengembangkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Menurut (Dewi, 2022), peluang kesempatan dan lapangan kerja dapat dibentuk melalui pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pada saat ini, perlu diperhatikan bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yaitu bagaimana meningkatkan produktifitas, nilai tambah yang cukup baik, dan menaikkan kualitas produk. Menurut (Sumadi & Fitria, 2020), faktor penguatan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diberbagai faktor menjadi salah satu solusi untuk permasalahan ekonomi di Masyarakat. Untuk meningkatkan daya saing daerah, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus dapat melakukan modernisasi sistem usaha dan sistematis kebijakan (Kusuma, 2021). Dilihat dari



kemampuan dalam beradaptasi dan bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi, pemerintah memandang bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi skala prioritas dalam mendorong peningkatan dan pengembangannya (Farid, 2021). Banyaknya kesempatan dan penyerapan tenaga kerja di Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat membantu pertumbuhan ekonomi negara (Sanusi, 2015). Pentingnya peranan UMKM mendorong pemerhati usaha mikro dan para akademisi saling bekerjasama untuk mengupayakan peningkatan dan pemberdayaan UMKM agar terus memberikan kontribusi yang positif untuk masyarakat.

Penguatan pada UMKM yang terdapat di Kecamatan Cipayung, diharapkan memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat setempat. Untuk itu perlu adanya pembekalan dan pembentukan UMKM agar dapat ber-kreasi dan ber-inovasi mengikuti perkembangan teknologi saat ini. Kemampuan kreatifitas dan inovasi para pelaku UMKM merupakan proses mengubah peluang suatu gagasan dan ide-ide yang dapat dijual. Oleh karena itu, jika ingin UMKM ingin memajukan usahanya, harus dapat menciptakan produk baru dan proses pelayanannya serta mampu menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi bisnis pada saat ini (Rusdiana, 2018). Dengan memanfaatkan teknologi seperti internet adalah salah satu dari berkreasi dan berinovasi, hal ini diharapkan produktifitas usaha dan pemasaran produk barang dan jasa dapat berkembang. Pemahaman pemanfaatan teknologi seperti media sosial, pemasaran platform digital, market place sangat penting bagi pelaku UMKM khususnya di kecamatan Cipayung untuk mempelajari secara mendalam. Mudah nya akses internet menjadi faktor positif bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan internet sebagai sarana pendukung usaha dan bisnis mereka. Dengan berkembang teknologi mempengaruhi dan memberikan perubahan pada proses seperti proses pemasaran produk. Pemasaran berguna untuk memberitahu dan memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian barang atau jasa yang ditawarkan oleh para pelaku usaha. Untuk memperluas jangkauan konsumen maka diterapkan pemasaran digital dengan menggunakan media internet (Khairunnisa, 2022).

Tantangan para pelaku UMKM pada umumnya adalah minimnya pengetahuan terkait teknologi internet. Hal itu juga dialami para pelaku UMKM di Kecamatan Cipayung yang saat ini masih belum memanfaatkan teknologi digital terutama dalam proses pemasaran produk dan jasa mereka. Dengan latar belakang tersebut maka diadakan Program Pengabdian Masyarakat yang ditujukan kepada UMKM Kecamatan Cipayung sehingga diharapkan para pelaku UMKM dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran dari produk dan jasa mereka. Dengan pemanfaatan media sosial semoga dapat meningkatkan penjualan produk dan ketertarikan masyarakat akan produk UMKM.

Tujuan dari pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah untuk memberikan pengetahuan kepada para pelaku UMKM mengenai pemanfaatan internet dalam menjalankan usaha mereka sebagai alat bantu untuk meningkatkan produktifitas dan jangkauan pemasaran yang luas. Sasaran dan luaran dari kegiatan PKM adalah memberikan alternatif solusi untuk ber-kreasi dan ber-inovasi dengan memanfaatkan Media sosial untuk menggairahkan para pelaku UMKM di kecamatan Cipayung demi meningkatkan usaha dan bisnis mereka.

Digital Marketing

Digital marketing adalah kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital melalui internet yang memanfaatkan media seperti social media, web, dan televisi digital. Digital marketing adalah solusi yang tepat untuk UMKM untuk meningkatkan jaringan pemasaran mereka secara luas. Di era digital, teknologi dan sosial media dapat dimanfaatkan menjadi sarana promosi yang tepat. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) harus menyesuaikan diri dengan peluang kebutuhan yang terjadi di masyarakat, seperti digitalisasi bisnis dengan menggunakan media sosial yang dimiliki. (Putri, Andriana, & Fourqoniah, 2022). Dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia, perkembangan bisnis saat ini telah beralih dari sistem konvensional ke sistem digital (Fadly & Utama, 2020). Dalam strategi pemasaran, penggunaan media sosial dapat membantu konsumen merasa lebih nyaman. Ini adalah salah satu keuntungan dari penggunaan media sosial: konsumen dapat

bertransaksi dengan lebih cepat dan efisien. Penggunaan teknologi sebagai pemasaran sangat penting untuk keberlangsungan UMKM. Strategi pemasaran online berpengaruh positif terhadap peningkatan laba UMKM (Setiawati & Widyartati, 2017).

Pelatihan UMKM dalam Strategi Pemasaran Digital

UMKM memiliki peran yang krusial dalam perekonomian suatu negara karena jumlahnya yang banyak dan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. UMKM menjadi faktor penentu pengembangan ekonomi masyarakat dan menciptakan kesempatan dunia kerja. UMKM perlu didukung, demi pertumbuhan sosial ekonomi lingkungan masyarakat. UMKM seringkali menghadapi tantangan seperti akses modal yang terbatas, kurangnya keterampilan manajerial, dan persaingan yang semakin ketat. Untuk menghadapi persaingan yang ketat, maka UMKM perlu memahami tentang Pemasaran digital. Pemanfaatan Teknologi menjadi faktor penting bagi UMKM untuk mengembangkan usaha dan bisnisnya terutama pada proses Pemasaran. Dengan pemasaran digital ini UMKM dapat memperluas jaringan pelanggan demi mendapatkan potensi pasar yang cukup luas. Menurut (Syahbani et al., 2024) yang menyatakan bahwa pelatihan digital marketing bertujuan untuk memberikan keterampilan yang diperlukan dalam memanfaatkan media digital seperti media sosial dan platform online untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk lokal.

Pelatihan UMKM dalam strategi pemasaran digital memberikan pemahaman tentang keuntungan dan potensi pasar yang dapat diperoleh melalui penggunaan teknologi digital. Pelatihan ini membantu UMKM untuk memahami konsep pemasaran digital, alat dan platform yang digunakan, serta strategi yang efektif untuk mencapai target pasar mereka. Dengan pelatihan yang tepat, UMKM dapat memanfaatkan potensi pemasaran digital secara maksimal untuk meningkatkan visibilitas, menghasilkan penjualan yang lebih tinggi, dan memperluas jangkauan pelanggan mereka. Pemasaran digital memberikan UMKM akses ke pasar yang lebih luas secara online, tanpa terbatas oleh geografis. Melalui pemasaran digital, UMKM dapat memanfaatkan berbagai platform dan teknik untuk meningkatkan visibilitas dan menghubungkan dengan pelanggan potensial. Pemasaran digital juga memberikan kesempatan untuk memahami pasar dengan lebih baik melalui analisis data dan insight yang dihasilkan.

Digital marketing adalah penggunaan teknologi digital untuk berkomunikasi dengan calon pelanggan, menjamin interaksi yang efektif, dan membantu bisnis mencapai tujuan mereka. Ini mencakup penggunaan berbagai platform digital seperti situs web, media sosial, dan aplikasi untuk membangun hubungan yang kuat dengan audiens tujuan Anda. Dengan digital marketing, bisnis dapat menyampaikan pesan, mempromosikan barang atau jasa, dan mendapatkan umpan balik secara real-time. Semua ini dapat membantu operasi bisnis mereka dengan lebih efisien dan efektif (Priatama et al., 2021). Pemasaran digital membantu UMKM untuk bersaing secara lebih efektif dengan perusahaan besar yang memiliki anggaran iklan yang besar. Dengan pemasaran digital yang tepat, UMKM dapat menjangkau target pasar mereka dengan lebih efisien dan efektif. Strategi pemasaran digital yang terukur dan terfokus dapat membantu UMKM membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka. Dengan diterapkannya Digital marketing pelanggan atau pembeli mendapatkan informasi mengenai suatu produk atau jasa melalui internet, sehingga memungkinkan para pelaku usaha dapat berinteraksi dengan pelanggan atau pembeli tanpa batasan waktu dan lokasi (Abdurrahman, Oktavianto, Habibie, & Hidayatullah, 2020).

Strategi pemasaran digital yang tepat dapat membantu UMKM meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, dan menciptakan *branding* yang kuat. Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM :

1. Membangun Keberadaan Online: Pelatihan UMKM harus fokus pada pembuatan dan pengelolaan situs web, serta kehadiran mereka di platform media sosial. Hal ini termasuk pembuatan konten yang menarik, pengoptimalan SEO, dan penggunaan media sosial untuk

- membangun hubungan dengan pelanggan potensial.
2. Pemasaran Konten: Pelatihan harus mencakup strategi pemasaran konten yang efektif, seperti pembuatan dan distribusi konten yang relevan dan menarik untuk menarik perhatian pelanggan dan membangun kepercayaan.
 3. Pemasaran Email: Pelatihan harus memberikan pemahaman tentang pemasaran email yang efektif, termasuk pembuatan daftar email pelanggan, penggunaan alat otomatisasi email, dan penyampaian pesan yang tepat waktu dan relevan kepada pelanggan.
 4. Periklanan Digital: Pelatihan harus mencakup penggunaan periklanan digital seperti iklan Facebook, Google *AdWords*, atau iklan di platform media sosial lainnya untuk meningkatkan visibilitas dan mengarahkan lalu lintas ke situs web atau platform penjualan *online* UMKM.
 5. Analisis dan Pengukuran: Pelatihan juga harus memperkenalkan konsep analisis dan pengukuran dalam pemasaran digital. UMKM perlu memahami cara melacak dan menganalisis data untuk mengukur efektivitas kampanye pemasaran mereka dan membuat perbaikan yang diperlukan.

UMKM memegang peranan penting dalam ekonomi dan pemasaran digital memiliki peran yang signifikan dalam membantu UMKM mencapai kesuksesan dengan lebih baik dalam era digital ini. Kombinasi antara potensi UMKM dan kekuatan pemasaran digital dapat menjadi kunci sukses bagi pertumbuhan dan perkembangan UMKM di masa depan

Studi Pendahuluan

1. PELATIHAN PEMASARAN ONLINE BERBASIS DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN BISNIS ONLINE PADA UMKM DI DESA CICALENGA KECAMATAN PAGEDANGAN KABUPATEN TANGERANG (Solihin, Ahyani, A., Karolina, K., Pricilla, L., & Octaviani, I. S., 2021)

Tujuan dilaksanakannya pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk membantu para pelaku usaha dalam memberikan Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada UMKM Di Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang

Kesimpulan:
Pengetahuan peserta dalam hal ini warga di Desa Cicalengka RT 002/RW 002 Kecamatan Pagedangan mengenai pemasaran online sebelum kegiatan PKM mayoritas berada di kategori kurang memahami. Setelah kegiatan PKM dilaksanakan dan pemaparan materi disampaikan, diketahui bahwa pengetahuan peserta mengenai strategi pemasaran setelah disampaikan semakin meningkat.

Permasalahan:
ada beberapa alasan mengapa tidak semua bisnis memahami dan mampu menggunakan media penjualan tersebut, seperti kurangnya sosialisasi dan pemahaman tentang digital marketing, dan pilihan bisnis untuk tetap setia pada platform tertentu.

Kesimpulan:
Penting sifatnya untuk para pelaku UMKM mengetahui lebih mendalam mengenai
2. PELATIHAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMKM BATIK DI KELURAHAN GEDOG KOTA BLITAR (Febri, F. Y., Permatasari, D., Kurniafitra, I. I., & Islamiah, W. 2022).

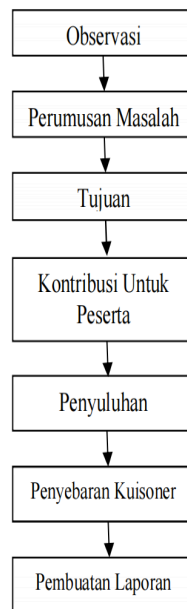
Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Pengembangan Strategi Pemasaran Produk UMKM Batik Di

Kelurahan Gedog Kota
Blitar. *Transformasi dan Inovasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 60-72.

digital marketing dan mengimplementasikannya dalam pengelolaan pemasaran unit usaha yang dijalankan. Hal ini mendukung perluasan jangkauan pasar dan peluang yang besar untuk mencapai peningkatan penjualan.

METODE KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian masyarakat ini pada tanggal 5 November 2023 di Kelurahan Cipayung dilakukan secara tatap muka. Pada pelaksanaan PKM diikuti berbagai UMKM yang ada di kecamatan Cipayung seperti UMKM Kelompok Petani Bumi Perta (KPPB), UMKM Grape Garden, UMKM Ayam Bakar Madu sebanyak 22 orang. Hasil pengamatan awal yang diperoleh adalah sebagai berikut: konsep kewirausahaan dan teknologi Internet menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi bagi para pelaku usaha sebagai kebutuhan penunjang dalam usaha dan bisnis mereka. Tahap kegiatan pengabdian pada masyarakat dapat dilihat pada gambar 1 di bawah ini :



Gambar 1. Tahap kegiatan pengabdian pada masyarakat (Penulis, 2024)

Adapun rincian kegiatan PKM dan Capaian Kegiatan PKM dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini

Tabel 1. Rincian Kegiatan PKM dan Capaian Kegiatan PKM

Tahap	Kegiatan	Capaian	Sudah/belum dilaksanakan
Observasi	Survey pendahuluan	Diperoleh gambaran mitra UMKM Kecamatan Cipayung	Sudah dilaksanakan
		Penemuan dan perumusan Masalah PKM	Sudah dilaksanakan
		Rencana pelaksanaan kegiatan dan target peserta PKM	Sudah dilaksanakan

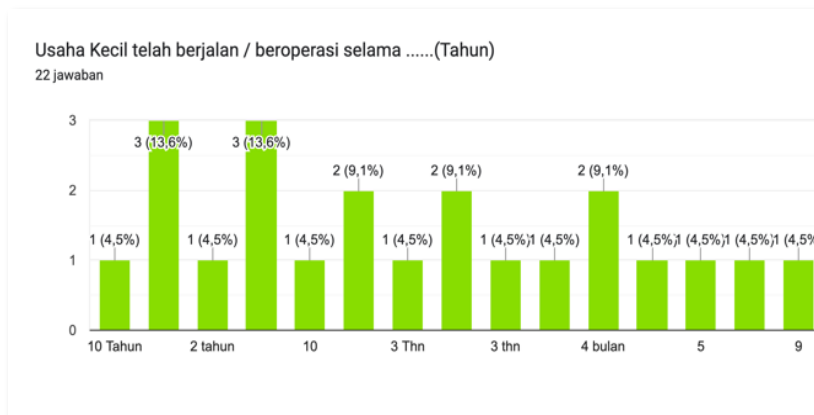
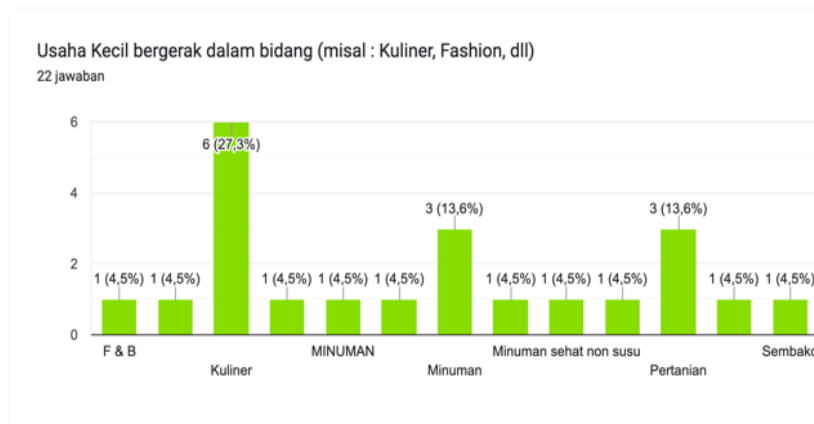
Pelaksanaa	Penyuluhan dan Sosialisasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan mengenai kewirausahaan dan entrepreneurship 2. Pengenalan tentang pemasaran via media sosial (FB,IG,Youtube) 3. Pengenalan tentang Market place shopee 	Sudah dilaksanakan
	Evaluasi dan monitoring	Hasil dari penyebaran kuisioner kegiatan pasca penyuluhan dan sosialisasi	Sudah dilaksanakan
	Pelatihan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembuatan akun pemasaran via media sosial (FB,IG,Youtube) 2. Pembuatan akun Market place shopee 	Belum dilaksanakan
	Evaluasi dan Monitoring kegiatan pelatihan	Hasil dari penyebaran kegiatan pasca pelataihan	Belum dilaksanakan
Pembuatan Laporan	Pembuatan Laporan akhir PKM	Tersimpan di repository kampus	Sudah dilaksanakan
	Publikasi Jurnal	Publish online	Sedang dilaksanakan

Tujuan utama kegiatan PKM ini adalah memberikan pemahaman yang komprehensif kepada pemilik UMKM tentang pengenalan mengenai kewirausahaan dan *entrepreneurship*, pengenalan media sosial yang dapat digunakan sebagai tempat promosi produk UMKM, pengenalan strategi dan praktik terbaik dalam pemasaran digital, sehingga mereka dapat mengoptimalkan kehadiran *online* mereka, meningkatkan visibilitas, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran UMKM Kecamatan Cipayung

Para Pelaku UMKM di Kecamatan Cipayung terdiri dari berbagai pelaku usaha yaitu diantaranya Kelompok Petani Bumi Perta (KPPB), UMKM Grape Garden, UMKM Ayam Bakar Madu sebanyak 22 orang yang mengikuti Kegiatan . Hasil pengamatan awal dapat dilihat pada gambar 2 dibawah ini.

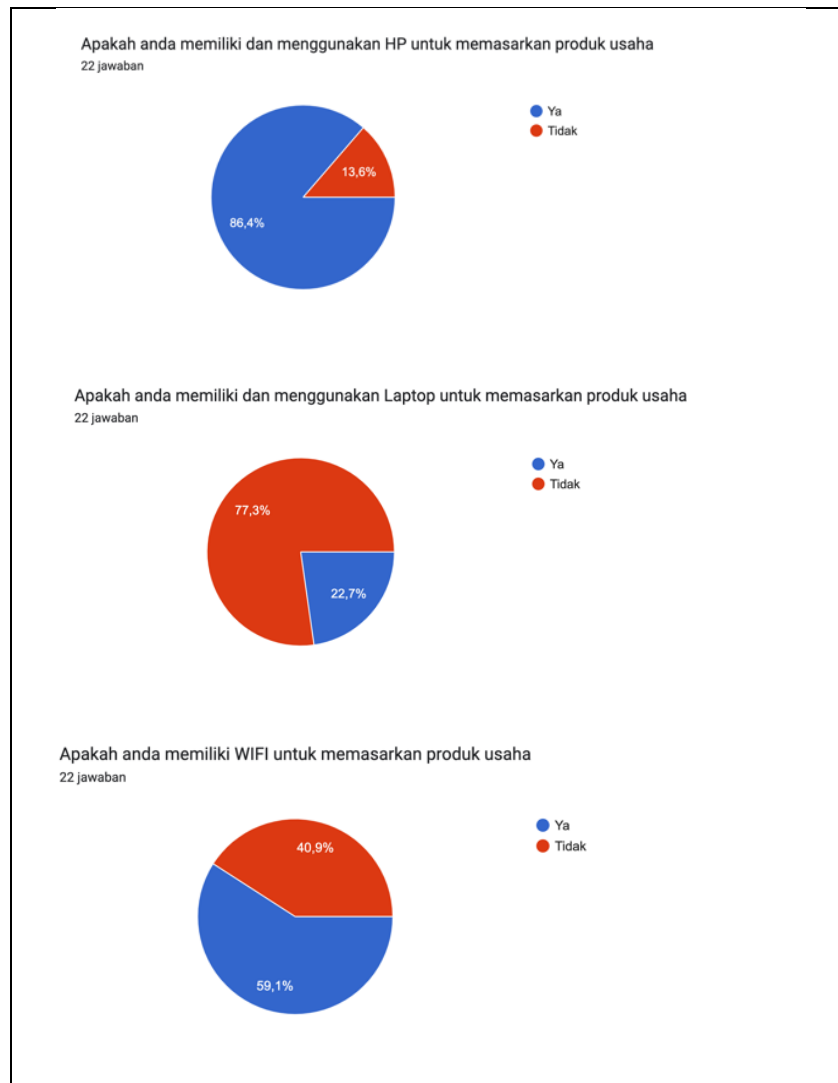


Gambar 2. Hasil observasi Awal (Sumber: Penulis,2024)

Berdasarkan gambar 2 diatas, usaha UMKM kecamatan Cipayung didominasi bidang kuliner sebanyak 27,3%, minuman 13,6% dan bidang pertanian 13,6%. Rata-rata usaha beroperasi kurang dari 5 tahun. Suatu usaha yang sudah mulai matang dan perlu adaya pelatihan dan pembinaan. Usaha yang dimulai sejak 10 tahun yang lalu sebanyak 4,5%.

Kendala yang dihadapi UMKM Kecamatan Cipayung

Kendala yang dihadapi UMKM Kecamatan Cipayung tentang kewirausahaan dan entrepreneurship, memanfaatkan media sosial untuk promosi produk, teknologi internet dan pemanfaatannya untuk kewirausahaan. Hal itu ditunjang kurangnya UMKM mengoptimalkan prasaran yang dipunyainya. Pada gambar 3 menunjukkan kendala-kendala yang dihadapi UMKM Kecamatan Cipayung.



Gambar 3. Kendala-Kendala Yang Dihadapi UMKM Kecamatan Cipayung (Sumber: Penulis,2024)

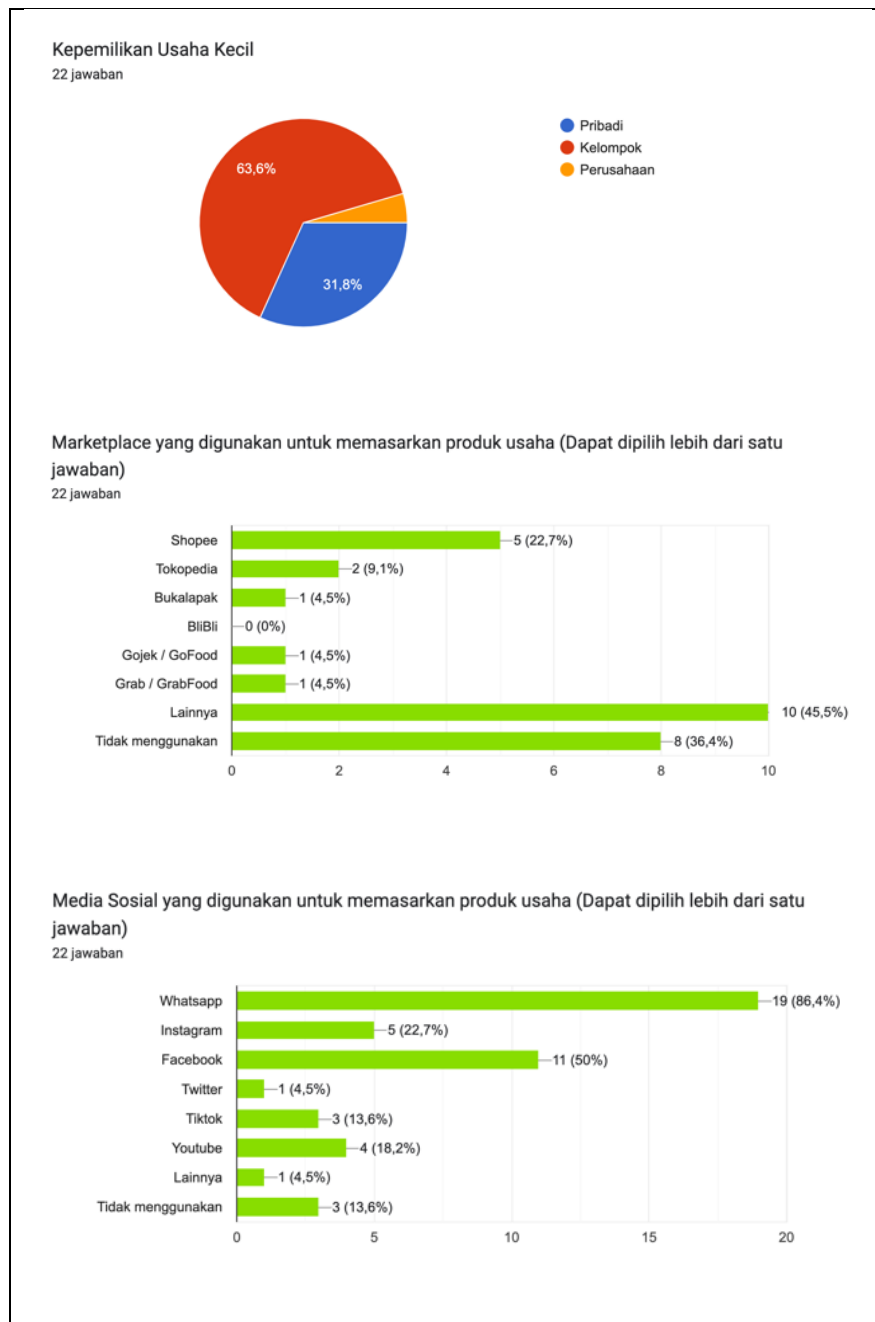
Dari gambar 3 terlihat 13,6% UMKM Kecamatan Cipayung masih menggunakan promosi dari mulut ke mulut. Hal ini disebabkan mereka tidak memiliki *handphone*. Dan bagi yang punya *handphone*, kadang terkendala koneksi internet (paket data habis) dan mengandalkan wifi untuk memasarkan produk usahanya. Kendala teknis ini yang akan menghambat perkembangan UMKM di Kecamatan Cipayung. UMKM yang memiliki laptop dirumah, hanya 22,7% yang dapat mengotimalkan laptopnya untuk memasarkan produknya.

Perlaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Tujuan utama dari PKM ini adalah memberikan pemahaman yang komprehensif kepada pemilik UMKM tentang pengenalan mengenai kewirausahaan dan *entrepreneurship*, pengenalan media sosial yang dapat digunakan sebagai tempat promosi produk UMKM, pengenalan strategi dan praktik terbaik dalam pemasaran digital, sehingga mereka dapat mengoptimalkan kehadiran *online* mereka, meningkatkan visibilitas, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Hasil deskripsi responden dapat dilihat pada gambar 4 dibawah ini. UMKM Kecamatan Cipayung 63,6 % kepemilikannya oleh kelompok, yaitu Petani Bumi Perta (KPPB), UMKM Grape Garden, UMKM Ayam Bakar Madu. Usaha dilakukan ibu-ibu dan bapak-bapak secara bersama-sama dalam kelompok tersebut. Semua proses manajemen, keuangan, produksi, pemasaran dikelola bersama dalam

kelompok tersebut. Promosi penjualan terbesar melalui media sosial whatsapp sebanyak 86,4%, Facebook 50%, Instagram 22,7% dan youtube 16,2%. Marketplace yang digunakan terbesar adalah *Shopee* sebanyak 22,7%.



Gambar 4. Deskripsi Responden UMKM Kecamatan Cipayung (Sumber: Penulis,2024)
Hasil dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada gambar 5 dan gambar 6 dibawah ini



Gambar 5: Foto Bersama Peserta Pelatihan (Sumber: Penulis,2024)

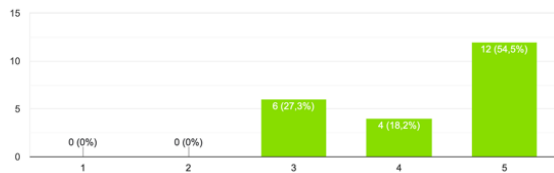


Gambar 6: Gambaran Situasi Pada Saat Pelatihan (Sumber: Penulis,2024)

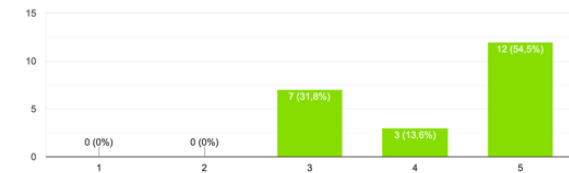
Penilaian Terhadap Pelatihan

Penilaian diberikan pasca pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan sosialisasi tentang Pelatihan UMKM Untuk Sukses. Dengan Memanfaatkan Strategi Pemasaran Digital UMKM Kecamatan Cipayung. Penilaian terhadap kegiatan pelatihan ini dapat dilihat pada gambar 7 dibawah ini.

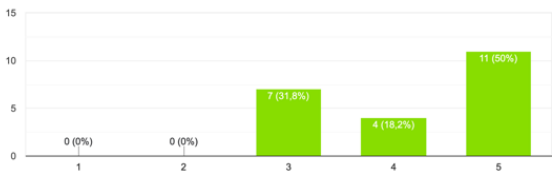
Materi pelatihan yang disampaikan pembicara, mudah dipahami
22 jawaban



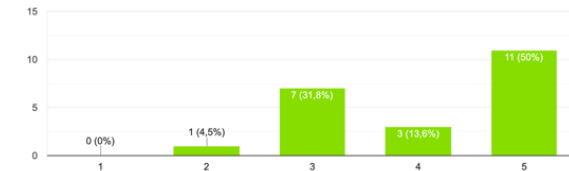
Pembicara menyampaikan materi secara menarik dan tidak membosankan
22 jawaban



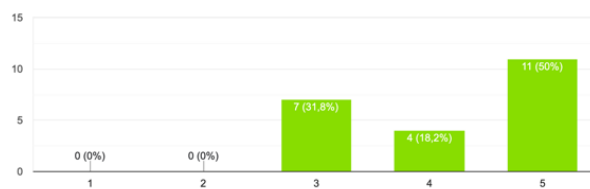
Pelatihan memberikan wawasan khususnya terkait pemasaran melalui teknologi digital
22 jawaban



Materi yang disampaikan dalam pelatihan akan dipraktekkan dalam kegiatan usaha
22 jawaban



Pelatihan memberikan motivasi dalam menjalankan usaha
22 jawaban



Gambar 7. Penilaian Terhadap Kegiatan Pelatihan (Sumber: Penulis, 2024)

Pelatihan pemasaran digital bagi UMKM di Kecamatan Cipayung sangat penting untuk meningkatkan kemampuan pemasaran, meningkatkan kesadaran masyarakat, meningkatkan

penjualan, meningkatkan literasi digital, dan meningkatkan kemampuan kompetitif. Setelah mengikuti pelatihan pemasaran digital, UMKM dapat mendapatkan sejumlah manfaat yang signifikan. Berikut adalah beberapa manfaat yang bisa didapatkan UMKM setelah mengikuti pelatihan pemasaran digital:

1. Peningkatan Keterampilan dan Pengetahuan: Pelatihan pemasaran digital memberikan kesempatan bagi pemilik UMKM untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam strategi pemasaran digital. Mereka akan belajar tentang konsep, alat, dan teknik yang digunakan dalam pemasaran digital modern, sehingga mereka dapat mengoptimalkan upaya pemasaran mereka.
2. Meningkatkan Visibilitas dan Kehadiran Online: Dengan pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran digital, UMKM dapat meningkatkan kehadiran mereka di dunia digital. Mereka dapat membuat dan mengelola situs web yang efektif, membangun kehadiran yang kuat di media sosial, dan menggunakan alat pemasaran digital lainnya untuk meningkatkan visibilitas dan eksposur bisnis mereka kepada calon pelanggan.
3. Meningkatkan Interaksi dengan Pelanggan: Pelatihan pemasaran digital membantu UMKM memahami cara-cara untuk berinteraksi dengan pelanggan secara lebih efektif. Mereka akan belajar tentang penggunaan media sosial, pemasaran konten, dan strategi email marketing yang dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan. Hal ini dapat membantu memperkuat hubungan dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan mendorong transaksi bisnis yang berulang.
4. Penggunaan Anggaran Pemasaran yang Lebih Efisien: Melalui pelatihan pemasaran digital, UMKM dapat mempelajari cara menggunakan anggaran pemasaran mereka dengan lebih efisien. Mereka akan memahami bagaimana melakukan periklanan digital yang efektif, menargetkan audiens yang tepat, dan mengukur hasil kampanye. Dengan demikian, UMKM dapat menghindari pemborosan anggaran dan fokus pada strategi yang memberikan hasil terbaik bagi bisnis mereka.
5. Mengoptimalkan Konversi dan Penjualan: Pelatihan pemasaran digital membantu UMKM memahami bagaimana mengoptimalkan konversi dan penjualan melalui strategi pemasaran yang tepat. Mereka akan belajar tentang teknik-teknik seperti optimasi SEO, penggunaan landing page yang efektif, personalisasi pesan, dan penggunaan panggilan tindakan yang kuat. Dengan menerapkan strategi ini, UMKM dapat meningkatkan tingkat konversi dan meningkatkan pendapatan mereka.
6. Mengikuti Perkembangan Teknologi dan Tren Pemasaran: Pemasaran digital terus berkembang dengan cepat. Pelatihan pemasaran digital akan membantu UMKM tetap mengikuti perkembangan terbaru dalam teknologi dan tren pemasaran. Dengan pemahaman yang terus diperbarui, UMKM dapat mengadopsi pendekatan yang inovatif dan mengambil keuntungan dari peluang baru yang muncul.
7. Meningkatkan Keberlanjutan dan Pertumbuhan Bisnis: Dengan menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif, UMKM dapat meningkatkan keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis mereka. Mereka dapat menjangkau pelanggan baru, meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat citra merek mereka. Dalam jangka panjang, ini dapat membawa dampak positif pada pertumbuhan dan keberhasilan bisnis.
8. Meningkatkan Kesadaran Masyarakat: Pelatihan pemasaran digital juga membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk lokal, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk UMKM.
9. Meningkatkan Penjualan: Dengan memiliki kemampuan pemasaran digital, UMKM dapat meningkatkan penjualan produk mereka, sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan para pelaku UMKM.
10. Meningkatkan Literasi Digital: Pelatihan pemasaran digital membantu meningkatkan literasi

digital para pelaku UMKM, sehingga mereka dapat lebih efektif dalam menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan bisnis mereka

11. Meningkatkan Kemampuan Kompetitif: Dengan memiliki kemampuan pemasaran digital, UMKM dapat meningkatkan kemampuan kompetitif mereka dalam pasar, sehingga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk lokal dan meningkatkan penjualan produk

Dalam era digital yang terus berkembang, pelatihan UMKM dalam strategi pemasaran digital menjadi kunci sukses bagi pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM. Dengan pemahaman yang baik tentang pemasaran digital dan kemampuan untuk menerapkan strategi yang efektif, UMKM dapat mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada di pasar global yang semakin terhubung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Tujuan utama kegiatan PKM ini adalah memberikan pemahaman yang komprehensif kepada pemilik UMKM tentang pengenalan mengenai kewirausahaan dan *entrepreneurship*, pengenalan media sosial yang dapat digunakan sebagai tempat promosi produk UMKM, pengenalan strategi dan praktik terbaik dalam pemasaran digital, sehingga mereka dapat mengoptimalkan kehadiran *online* mereka, meningkatkan visibilitas, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan

Pelatihan UMKM dalam strategi pemasaran digital bagi UMKM Cipayung memberikan pemahaman tentang keuntungan dan potensi pasar yang dapat diperoleh melalui penggunaan teknologi digital. Pelatihan ini membantu UMKM untuk memahami konsep pemasaran digital, alat dan platform yang digunakan, serta strategi yang efektif untuk mencapai target pasar mereka. Dengan pelatihan yang tepat, UMKM dapat memanfaatkan potensi pemasaran digital secara maksimal untuk meningkatkan visibilitas, menghasilkan penjualan yang lebih tinggi, dan memperluas jangkauan pelanggan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hidayatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 88-92. From <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/manage/article/view/3981/2869>
- Dewi, M. W. (2022). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar. *Jurnal Budimas*, 04, 27.
- Fadly, H., & Utama. (2020). Membangun Pemasaran Online dan Digital Branding ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ecomen Global*, 5. From <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EG/article/view/1042>
- Farid, M. (2021). *Jurnal UNM : Seminar Nasional Hasil Pengabdian Masyarakat*.
- Khairunnisa, C. M. (2022). *Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper* (Vol. 5). JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis.
- Kusuma, L. (2021). Pelatihan Kewirausahaan Sebagai Peluang Bisnis Untuk Generasi Milenial di Soloraya Selama Masa Pandemi Covid-19. *BUDIMAS : Jurnal Pengabdian Masyarakat*. doi:<https://doi.org/10.29040/budimas.v3i2.2450>
- Priatama, R., Ramadhan, I. H., Az-Zuhaida., & Akalili, A. (2012). TEKNIK DIGITAL MARKETING PADA APLIKASI TIKTOK (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial). *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1).
- Putri, A. P., & Fourqoniah. (2022, Desember). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 1.
- Rusdiana. (2018). *Kewirausahaan Teor dan Praktek*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sanusi. (2015). Faktor Penentu Keberhasilan UMKM Pada Klaster Bordir dan Konveksi Kudus. *Iqtishadia*

- : *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8, 41-58.
- Setiawati., & Widyartati. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM.
- Sumadi, S., & Fitria, T. N. (2020). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Manajemen Organisasi di Karang Anom Klaten. *BUDIMAS : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2. doi:<https://doi.org/10.29040/budimas.v2i2.1441>
- Syhabani, F., Ridho, F. I., Nurohim, R., Harto, H., & Sandrina, S. (2024). Pelatihan Digital Marketing Dan Pameran Umkm Sebagai Sarana Pengembangan Strategi Pemasaran: Studi Kasus Umkm Desa Tanjungsiang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 259–266. doi:<https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.1847>