



Optimalisasi Pemasaran Digital sebagai Strategi Utama Meningkatkan Daya Jual dan Pertumbuhan UMKM

Optimizing Digital Marketing as a Main Strategy to Increase Selling Power and Growth of MSMEs

Budi Prasetyo^{1*}, Yogi Suprayogi², Arry Widodo³

^{1,2,3}Universitas Telkom, Indonesia

Alamat: Jl. Telekomunikasi. 1, Terusan Buahbatu - Bojongsoang, Telkom University, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257

*Corresponding Author: budiprasetyo@telkomuniversity.ac.id

Article History:

Received: Oktober 15, 2024;

Revised: Oktober 30, 2024;

Accepted: November 19, 2024;

Published: November 21, 2024

Keywords: Marketing, Digital, Strategy, Training.

Abstract: The training titled “Optimizing Digital Marketing as the Main Strategy to Increase Sales and Growth of MSMEs” is expected to serve as a solution to enhance the understanding and competencies of MSMEs, particularly in digital marketing, thereby increasing their sales and fostering growth. Additionally, MSMEs are anticipated to act as a pathway to improve the welfare of many (suppliers, retailers, partners, etc.). This training program is essential to equip Q-Creative members with the digital skills needed to compete in the modern market. In an era increasingly dominated by technology, digital marketing has become one of the keys to MSME success. Through this training, community members will learn how to manage social media, create engaging marketing content, and utilize e-commerce platforms to expand their market reach. This initiative aims to help them reach a wider audience, boost sales, and optimize their marketing strategies. This community service program also supports the Sustainable Development Goals (SDGs), a global action plan endorsed by world leaders (193 countries), including Indonesia, committed to ending poverty, reducing inequality, and protecting the environment. The SDGs program is a sustainable development agenda with 17 goals and 169 targets. One of the objectives of this community service activity is to achieve quality education that improves human welfare globally.

Abstrak

Pelatihan dengan judul “Optimalisasi Pemasaran Digital sebagai Strategi Utama Meningkatkan Daya Jual dan Pertumbuhan UMKM” diharapkan dijadikan solusi dalam meningkatkan pemahaman dan kompetensi UMKM khususnya dalam pemasaran digital sehingga dapat meningkatkan daya jual serta meningkatkan pertumbuhan UMKM. Selain itu diharapkan UMKM dapat menjadi jalan bagi peningkatan kesejahteraan bagi orang banyak (supplier, retailer, mitra, dst). Program pelatihan ini penting dilakukan guna membekali anggota Q-Creative dengan keterampilan digital yang diperlukan untuk bersaing di pasar modern. Dalam era yang semakin didominasi oleh teknologi, pemasaran digital menjadi salah satu kunci keberhasilan UMKM. Melalui pelatihan ini, anggota komunitas akan diajarkan cara mengelola media sosial, membuat konten pemasaran yang menarik, hingga memanfaatkan platform e-commerce untuk memperluas pasar. Hal ini diharapkan dapat membantu mereka menjangkau pelanggan lebih luas, meningkatkan penjualan, dan mengoptimalkan strategi pemasaran mereka. Abdimas ini juga mendukung program Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. *Sustainable Development Goals* (SDGs) adalah rencana aksi pembangunan global yang telah disetujui oleh para pemimpin dunia (193 negara), termasuk Indonesia, yang berkomitmen untuk mengakhiri kemiskinan, mengurangi kesenjangan, dan melindungi lingkungan. Program SDGs adalah program pembangunan berkelanjutan, dengan 17 tujuan dan 169 target. Adapun tujuan dari kegiatan abdimas ini salah satunya adalah terwujudnya pendidikan berkualitas untuk meningkatkan kesejahteraan manusia secara global.

Kata kunci: Pemasaran, Digital, Strategi, Pelatihan.

1. PENDAHULUAN

Q-Creative yang berlokasi di Jl. Soekarno Hatta Bandung, merupakan komunitas bagi teman-teman UMKM yang ingin meningkatkan performa dari bisnisnya. Mayoritas anggotanya adalah ibu-ibu rumah tangga yang ingin mengembangkan bisnisnya. Adapun bisnis yang dijalankan oleh anggota komunitas UMKM Q-Creative adalah Makanan, minuman, Fashion, Tour & travel serta Produk kreatif.

Q-Creative berusaha bersinergi dengan berbagai pihak guna meningkatkan kualitas pengelolaan bisnis dari anggotanya melalui pelatihan, pendampingan, dan *coaching clinic*. Sebagai komunitas UMKM yang berfokus pada pembelajaran pada tahun ini Q-Creative berupaya melaksanakan berbagai program pelatihan, salah satunya adalah pelatihan pemasaran secara digital.

Saat ini kondisi anggota UMKM di bawah naungan Q-Creative terdata lebih dari 50% belum memahami dan menerapkan pemasaran digital pada usahanya. Oleh sebab itu melalui kolaborasi bersama tim dosen dari Universitas Telkom, pada tahun ini Q-Creative akan menyelenggarakan pelatihan untuk meningkatkan literasi teknologi bagi anggotanya khususnya terkait dengan pemasaran digital.

Program pelatihan penting dilakukan guna membekali anggota Q-Creative dengan keterampilan digital yang diperlukan untuk bersaing di pasar modern. Dalam era yang semakin didominasi oleh teknologi, pemasaran digital menjadi salah satu kunci keberhasilan UMKM. Melalui pelatihan ini, anggota komunitas akan diajarkan cara mengelola media sosial, membuat konten pemasaran yang menarik, hingga memanfaatkan platform *e-commerce* untuk memperluas pasar. Hal ini diharapkan dapat membantu mereka menjangkau pelanggan lebih luas, meningkatkan penjualan, dan mengoptimalkan strategi pemasaran mereka.

Selain itu, program pelatihan ini juga berfungsi sebagai langkah awal dalam memperkuat pemahaman para anggota terkait pentingnya data digital, seperti analitik pemasaran serta perilaku konsumen online. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai tren pasar dan preferensi konsumen, para pelaku UMKM di bawah naungan Q-Creative dapat membuat keputusan yang lebih tepat, meningkatkan efisiensi bisnis, dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan. Sinergi antara literasi digital dan semangat kewirausahaan ini diharapkan dapat mendorong perkembangan UMKM yang lebih kompetitif di masa depan.

Seperti yang kita ketahui bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan vital dalam perekonomian Indonesia, khususnya di Jawa Barat. Namun, tantangan yang sering dihadapi oleh UMKM adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan

daya saing mereka. Di era digital ini, pemasaran yang efektif tidak hanya bergantung pada produk atau layanan yang ditawarkan, tetapi juga pada kemampuan untuk mengoptimalkan kehadiran online dan menjangkau pelanggan secara lebih luas.

Pemasaran digital telah menjadi salah satu pilar utama dalam pertumbuhan bisnis, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di era digital yang serba cepat ini, UMKM harus mampu memanfaatkan berbagai saluran digital untuk meningkatkan eksposur, menjangkau pelanggan baru, dan meningkatkan penjualan secara signifikan.

Pemasaran digital menawarkan berbagai keuntungan bagi UMKM, termasuk biaya yang lebih terjangkau, kemampuan untuk menargetkan audiens secara spesifik, serta alat analisis yang memungkinkan pengukuran kinerja kampanye secara *real-time*. Dengan memanfaatkan strategi pemasaran digital yang tepat, UMKM dapat bersaing dengan perusahaan yang lebih besar dan memperluas jangkauan pasar mereka secara efektif

2. METODE

Program Pelatihan dengan judul “Optimalisasi Pemasaran Digital sebagai Strategi Utama Meningkatkan Daya Jual dan Pertumbuhan UMKM”. Pelatihan ini akan diselenggarakan secara interaktif, menggabungkan elemen-elemen dengan terapan atau metode seperti perkuliahan, diskusi kelompok, studi kasus, dan simulasi. Para peserta akan aktif terlibat dalam proses pembelajaran, memperoleh pemahaman mendalam melalui pertukaran ide, serta mempraktikkan konsep-konsep melalui latihan-latihan yang aplikatif.

Detail Materi Pelatihan:

A. Identifikasi Kebutuhan:

Melakukan survei dan wawancara dengan pelaku UMKM dibawah naungan Q-Creative untuk mengidentifikasi kebutuhan, tantangan, dan tingkat pemahaman mereka tentang pemasaran digital.

B. Pengembangan Modul Pelatihan:

Mengembangkan modul pelatihan pemasaran digital yang komprehensif dan sesuai dengan konteks lokal. Modul ini mencakup topik-topik seperti strategi pemasaran online, penggunaan media sosial, SEO, analitik digital, dan pengelolaan kampanye iklan (Dramilio et al., 2020) (Dwivedi et al., 2015), (Xavier & Picoto, 2023) .

C. Pelaksanaan Pelatihan:

Mengadakan sesi pelatihan tatap muka dan daring yang interaktif, melibatkan ceramah, diskusi kelompok, studi kasus, dan simulasi. Pelatihan akan difasilitasi oleh para ahli pemasaran digital dan praktisi berpengalaman. Menyediakan sesi mentoring dan

konsultasi individu untuk membantu UMKM dibawah naungan Q-Creative dalam menerapkan strategi pemasaran digital sesuai dengan kondisi spesifik mereka.

D. Evaluasi:

Melakukan evaluasi terhadap efektivitas pelatihan dengan menggunakan kuesioner, wawancara, dan observasi.

Dengan program pelatihan pemasaran *digital* ini maka diharapkan akan meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dibawah naungan Q-Creative Jawa Barat tentang pentingnya pemasaran digital sebagai alat untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan, meningkatkan keterampilan praktis dalam memanfaatkan berbagai platform digital seperti media sosial, SEO, email marketing, dan iklan berbayar, dapat mengadopsi strategi pemasaran digital yang efektif dan berkelanjutan guna meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif, serta dapat membangun *brand awareness* yang kuat serta menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan mitra bisnis melalui strategi digital yang tepat.

Selain itu, program ini direncanakan berdasarkan Roadmap Abdimas KK *Technology Based Management* FEB Universitas Telkom 2023-2028. Pada roadmap tersebut dijelaskan bahwa pada tahun ini (2024) abdimas fokus pada peningkatan ekonomi dan sumberdaya manusia yang salah satunya peningkatan pemahaman terkait *Digital Marketing*. Pada kegiatan abdimas kali ini akan dilaksanakan pelatihan *Digital Marketing* bagi UMKM di Jawa Barat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat bertajuk “Optimalisasi Pemasaran Digital sebagai Strategi Utama Meningkatkan Daya Jual dan Pertumbuhan UMKM” dilaksanakan pada tanggal 14 Oktober 2024 di Gedung Dibsite, Jalan Ranggamalela No.11, Tamansari Bandung. Kegiatan ini diikuti oleh kurang lebih 45 orang yang terdiri dari UMKM di bawah naungan Q Creative, panitia, serta narasumber.

Acara ini dibuka oleh Kang Lukcita selaku founder serta owner dari Q-Creative. Setelah acara dibuka maka pelatihan terkait dengan pemasaran digital disampaikan oleh tim narasumber. Pada materi pertama dijelaskan konsep dan strategi pemasaran selanjutnya dijelaskan tentang *funnel marketing* dalam pemasaran digital.



Gambar 1. Foto Bersama Seluruh Peserta

Pada acara tersebut para peserta menyimak sekaligus bertanya terkait dengan materi yang diberikan misalnya terkait dengan penggunaan berbagai market place online yang tersedia. Ada keinginan untuk masuk ke berbagai *market place* dan media sosial namun terkendala pada SDM serta ide kreatif dalam membuat konten yang dapat membuat orang tertarik untuk menonton.



Gambar 2. Penyampaian Materi Digital Marketing

Selain tanya jawab, peserta juga menyampaikan harapannya terkait produk-produk mereka apakah mungkin untuk dapat dipajang di gerai-gerai yang berada di dalam kampus Universitas Telkom, serta biaya titip pajang produk apakah mungkin bisa disesuaikan lagi sehingga dapat lebih kompetitif.

Setelah pelatihan berakhir maka dilanjutkan dengan evaluasi pelatihan. Evaluasi bagi seluruh peserta pelatihan dilaksanakan melalui *google form*. Berikut rekapitulasi evaluasi pelatihannya:

Tabel 1. Rekap Evaluasi Pelatihan

Pertanyaan Survey	SS	S	N	TS	STS
Materi kegiatan sesuai dengan kebutuhan mitra/ peserta	62,5%	37,5%	0,00%	0,00%	0,00%
Waktu pelaksanaan kegiatan ini relatif sesuai dan cukup	50%	50%	0,00%	0,00%	0,00%
Materi/kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami	58,3%	41,7%	0,00%	0,00%	0,00%
Panitia memberikan pelayanan yang baik selama kegiatan	62,5%	37,5%	0,00%	0,00%	0,00%
Masyarakat menerima dan berharap kegiatan-kegiatan seperti ini dilanjutkan di masa yang akan datang	79,17%	20,83%	0,00%	0,00%	0,00%

Keterangan: SS= Sangat Setuju; S=Setuju; N=Netral, Tidak Setuju=TS, dan STS=Sangat Tidak Setuju

Dari rekap evaluasi pelatihan (tabel 1) yang telah dilakukan dapat dijelaskan bahwa nilai rata-rata tertinggi 79,17% dan terendah 50% para peserta menjawab Sangat Setuju (SS). Adapun pertanyaan detailnya sebagai berikut: (1) Materi dalam kegiatan telah sesuai dengan kebutuhan dari peserta, (2) Untuk waktu pelaksanaannya relatif sudah sesuai dan cukup, (3) Materi yang disajikan oleh narasumber sudah jelas serta mudah untuk dipahami, (4) Pelayanan yang diberikan oleh panitia juga sudah baik, dan (5) Peserta mengharapkan kegiatan seperti ini dapat dilanjutkan di masa yang akan datang.

4. KESIMPULAN

Dalam kegiatan Abdimas ini dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan ini telah sesuai dengan kebutuhan mitra (UMKM Q-Creative) serta telah cukup dipahami oleh para peserta. Namun demikian harapannya untuk kegiatan abdimas berikutnya dapat dibuat pendampingan teknis misalnya dari mulai pencarian ide, eksekusi ide sampai dengan evaluasi, serta dalam durasi pendampingan yang lebih panjang.

Selain itu praktik pembuatan konten dengan menggunakan aplikasi AI mungkin akan menjadi prioritas pada Abdimas selanjutnya. Pemaksimalan penggunaan aplikasi AI diharapkan dapat meningkatkan kualitas konten promosi dari teman-teman UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada Telkom University yang telah mendukung kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (Abdimas) ini dari mulai pendanaan sampai kesempatan yang diberikan, mitra sasar kami Q Creative khususnya Kang Lukcita selaku *founder* serta *owner* dari Q-Creative yang telah mendukung kegiatan ini, UMKM di bawah naungan Q-Creative, serta tim dari Abdimas (Budi Prasetyo, Yogi Suprayogi, Arry Widodo, Malika Putri Salsabila, Reisyah Syaharani, dan Varin Verninda). Semoga Allah membalas kebaikan semua pihak dengan balasan yang terbaik. Aamiin.

DAFTAR PUSTAKA

- Dramilio, A., Faustine, C., Sanjaya, S., & Soewito, B. (2020). The effect and technique in search engine optimization. *Proceedings of 2020 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2020, August*, 348–353. <https://doi.org/10.1109/ICIMTech50083.2020.9211171>
- Dwivedi, Y. K., Kapoor, K. K., & Chen, H. (2015). Social media marketing and advertising. *Food Policy in the United Kingdom*, 15(3), 289–309. <https://doi.org/10.1362/146934715X14441363377999>
- Xavier, J., & Picoto, W. N. (2023). Regulation of data-driven marketing and management theory: Bibliometric analysis, systematic literature review, and research agenda. *International Journal of Law and Management*, 65(5), 461–482. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-02-2023-0022>