

The Implementation Of Digital Marketing In Effort To Increase Sales Of Msmes Products

Penerapan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM

Hesti Mayasari¹, Henny Sjafitri², Lenny Hasan³, Hardinalis Kobal⁴, Yuni Candra⁵

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tamansiswa Padang^{1,2,3,4,5}

hestimayasari27@gmail.com¹, sjafitrihenny@gmail.com², hasanlenny7@gmail.com³,
hardinalis.37@gmail.com⁴, yuni.candra80@gmail.com⁵

Disubmit : 3 November 2025, Diterima: 7 Desember 2025, Terbit: 9 Januari 2026

ABSTRACT

Technological developments have had a significant impact on the industrial world, especially on Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). With technology, MSMEs can compete with large companies and gain a wider market share. The purpose of this community service is to increase the knowledge and understanding of Korong Balai Usang MSMEs in developing technology-based businesses through digital marketing, as well as implementing digital marketing to support product marketing for MSMEs. This training and mentoring on digital marketing implementation begins by providing an understanding of the importance of digital marketing in the growth of MSMEs, especially in expanding promotional activities. After providing an understanding, the program continued with hands-on practice on digital marketing. The results of this activity showed that the mentoring had a positive and significant impact on the Korong Balai Usang MSMEs, resulting in increased sales and improved skills, skill enhancement, product quality improvement and brand image. In addition, the interest and desire of MSME actors in implementing digital marketing in the marketing process of Korong Balai Usang MSME products is also a success of this activity and the goal of community service has been achieved well.

Keywords: Digital Marketing, Social Media Marketing, Marketplace

ABSTRAK

Perkembangan teknologi memberikan dampak yang cukup signifikan bagi dunia industri terutama pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Dengan adanya teknologi, UMKM dapat bersaing dengan perusahaan besar dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Tujuan dari pengabdian ini adalah meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM Korong Balai Usang dalam mengembangkan usaha berbasis teknologi melalui *digital marketing*, serta menerapkan *digital marketing* dalam mendukung pemasaran produk bagi pelaku UMKM. Pelatihan dan pendampingan penerapan *digital marketing* ini diawali dengan memberikan pemahaman mengenai pentingnya *digital marketing* dalam pertumbuhan UMKM terutama dalam memperluas kegiatan promosi. Setelah diberikan pemahaman maka dilanjutkan dengan melakukan praktik langsung mengenai penerapan *digital marketing*. Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini adalah pendampingan telah memberikan dampak yang positif dan signifikan bagi para pelaku UMKM Korong Balai Usang yaitu berupa peningkatan penjualan, peningkatan keterampilan, peningkatan kualitas produk dan citra merek. Selain itu, dengan adanya minat dan keinginan para pelaku UMKM dalam menerapkan *digital marketing* pada proses pemasaran produk UMKM Korong Balai Usang juga merupakan keberhasilan dari kegiatan ini dan tujuan dilakukannya pengabdian kepada masyarakat tercapai dengan baik.

Kata Kunci: Digital Marketing, Social Media Marketing, Marketplace

1. Pendahuluan

Era digital telah merubah pertumbuhan dan perkembangan dunia bisnis dan industri di Indonesia, khususnya bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM terbatas hanya pada pasar lokal, namun dengan adanya perkembangan teknologi, UMKM mulai merubah cara

berinteraksi dengan pelanggan yang sebelumnya hanya diperuntukkan pada pasar lokal dan bergantung pada interaksi tatap muka berubah menjadi interaksi di dunia maya atau secara daring, sehingga UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas bahkan hingga ke mancanegara. Sekarang teknologi sudah menjadi kunci sukses bagi UMKM, karena dengan memanfaatkan teknologi secara efektif, UMKM dapat tumbuh dan berkembang secara pesat. Selain itu teknologi juga memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing dan produktivitas UMKM di pasar yang semakin kompetitif.

Pemanfaatan teknologi dalam UMKM dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan. Dengan adanya teknologi, UMKM dapat bersaing dengan perusahaan besar dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Salah satu contoh pemanfaatan teknologi dalam UMKM adalah adanya platform e-commerce. Melalui platform ini, UMKM dapat memperluas pasar mereka hingga ke mancanegara tanpa harus memiliki toko fisik. Hal ini tentu saja akan membantu UMKM untuk meningkatkan penjualan dan meraih kesuksesan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu roda penggerak perekonomian yang cukup berpengaruh dan menjadi pilar penting bagi pembangunan perekonomian bangsa (sarfiah et al:2019). Para pelaku UMKM yang akan menjadi objek dari kegiatan pengabdian ini adalah para pelaku usaha yang merupakan masyarakat Korong Balai Usang, Kecamatan Sintuk Toboh Gadang, Padang Pariaaman, Provinsi Sumatera Barat. Umumnya para pelaku usaha ini menawarkan produk-produk yang berasal dari olahan singkong. Produk-produk yang ditawarkan lebih dominan kepada kerupuk opak mentah dengan ukuran besar dan kecil, kerupuk sanjai dan keripik singkong.

Permasalahan yang sedang dihadapi oleh para pelaku usaha kecil ini adalah minimnya pengetahuan tentang perkembangan teknologi dan kekurangan modal. Pengetahuan tentang IT pada dasarnya merupakan hal yang wajib dimiliki pelaku usaha saat ini jika mereka menginginkan produknya tetap dapat bersaing. Permasalahan ini juga berhubungan erat dengan kesulitan pelaku usaha dalam mendistribusikan produk yang mereka tawarkan. Salah satu faktor penyebabnya adalah para pelaku usaha belum memahami mengenai pemasaran produk secara *online*, sehingga penjualan produk UMKM di Korong Balai Usang, Kecamatan Sintuk Toboh Gadang masih didominasi oleh penjualan konvensional (menjual langsung ke konsumen atau menitipkan produknya di gerai/warung). Walaupun sudah ada beberapa pelaku UMKM yang sudah melalukan pemasaran secara online melalui media sosial, *marketplace* dan sejenisnya, namun mereka masih belum maksimal dalam mengelola pemasaran *online* tersebut. Sehingga hasil yang terima oleh para pelaku UMKM tersebut masih kurang maksimal, oleh karena itu pemahaman pelaku usaha (UMKM) mengenai *digital marketing* terutama mengenai penggunaan media sosial harus ditingkatkan guna menunjang keberhasilan usaha.

Para pelaku UMKM mengetahui keterbatasan yang mereka miliki dan hal ini secara langsung berdampak kepada tingkat produksi. Jika tingkat produksi menurun maka hal ini akan berdampak kepada menurunnya pendapatan sehingga *performance* pun akan ikut mengalami penurun. Namun disisi lain para pelaku UMKM Korong Balai Usang memiliki pengetahuan dan jaringan untuk meningkatkan pemahaman. Guna menjawab permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM tersebut, maka Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tamanssawi Padang mencoba melakukan diskusi terbatas terkait permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Dari diskusi yang panjang tersebut maka permasalahan utamanya terletak kepada kurang optimalnya pemahaman mengenai *digital marketing*. Banyak para pelaku UMKM yang masih melakukan penjualan secara konvensional dan tidak memahami dengan jelas bagaimana mengoperasikan kecanggihan teknologi yang tersedia. Sehingga hal ini juga menyebabkan kecilnya pangsa pasar yang diperoleh oleh pelaku usaha, dari beberapa wawancara yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa penjualan produk UMKM ini masih

terbatas di daerah Kabupaten Padang Pariaman saja dan sangat sedikit produk ini bisa dipasarkan diluar daerah Kabupaten Pariaman seperti Kota Padang, Padang Panjang, Bukittinggi, Payakumbuh dan daerah lainnya di Provinsi Sumatera Barat.

Berdasarkan kondisi diatas maka pendampingan dalam penerapan dan pengembangan adopsi *digital marketing* untuk pemasaran produk UMKM Korong Balai Usang guna meningkatkan penjualan produk sangat dibutuhkan. Salah satu cara yang dilakukan dalam pendampingan dan penerapan pengembangan adopsi digital ini adalah dengan memberikan beberapa materi pelatihan *digital marketing* pada UMKM yang dianggap penting yaitu social media marketing, di dalamnya menjelaskan bagaimana cara menggunakan social media dalam mengenalkan produk, memperluas pasar, serta meningkatkan penjualan (Hendriadi et al:2019).

Materi lain yang dianggap krusial dalam pelatihan *digital marketing* bagi para pelaku UMKM Korong Balai Usang adalah mengenai content marketing yaitu cara membuat konten yang memiliki nilai dan relevansi yang baik terhadap produk yang akan dipasarkan sehingga konsumen tidak hanya paham terhadap produk UMKM namun juga terus melakukan pembelian produk (Gunardi et al:2019).

Merujuk pada permasalahan diatas, maka sangat penting melakukan pengembangan usaha berbasis teknologi melalui pelatihan *digital marketing* pada para pelaku UMKM Korong Balai Usang, Kecamatan Sintuk Toboh, Kabupaten Padang Pariaman. Sinergi antara Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tamansiswa Padang dan UMKM Korong Balai Usang akan dapat memberikan solusi terhadap permasalahan pemasaran produk UMKM Korong Balai Usang. Tujuan dari pengebdian ini adalah memberikan pengetahuan dan meningkatkan minat UMKM Korong Balai Usang dalam mengembangkan usaha berbasis teknologi melalui *digital marketing*, serta melakukan pendampingan terhadap UMKM Korong Balai Usang dalam penerapan *digital marketing*.

2. Metode

Pengabdian kepada masyarakat dengan fokus kepada pendampingan pelatihan pemasaran produk UMKM melalui *digital marketing* bagi UMKM Korong Balai Usang, Kecamatan Sintuk Toboh, Kabupaten Padang Pariaman yang dilaksanakan pada tanggal 09-10 Oktober 2025. Acara ini berlangsung dari pukul 09.00 WIB hingga selesai, bertempat diruang pertemuan kantor wali nagari Sintuk Toboh Gadang. Kegiatan utama yang dilakukan adalah pelatihan pemasaran produk UMKM melalui *social media marketing* dan *marketplace*.

Tahapan awal yang dilakukan pada pelaksanaan program ini adalah dengan melakukan observasi awal atau survei awal mengenai identifikasi keadaan, masalah dan potensi solusi yang dapat diterapkan terkait pemahaman dan pengetahuan para pelaku usaha UMKM Korong Balai Usang. Setelah melakukan identifikasi masalah dan potensi solusi yang mungkin diterapkan, maka dirumuskan beberapa materi yang paling dibutuhkan pada UMKM Korong Balai Usang. Rincian materi yang disampaikan, pembahasan, metode pelaksanaan dan tujuan diuraikan. Evaluasi pengetahuan dan praktek berdasarkan penguasaan materi pelatihan dapat diketahui melalui pemanfaatan *digital marketing*. Sebagai wujud keberlanjutan program, tim pengabdian akan melaksanakan pendampingan melalui aplikasi *WhatsApp Grup*.

3. Hasil Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dimulai pada jam 09.00 WIB, namun sebelumnya dilakukan registrasi bagi peserta pelatihan. Setelah dilakukan registrasi maka acara dimulai dengan pembukaan oleh MC dan dilanjutkan dengan pemberian beberapa kata sambutan dari pihak yang berwenang, seperti sambutan dari Wali Nagari Sintuk Toboh dan sambutan dari Pembina UMKM. Setelah itu dilanjutkan dengan pembacaan doa yang disampaikan oleh perwakilan dosen. Setelah pembacaan doa maka setelah itu masuk kepada acara inti yaitu penyampaian materi tentang *digital marketing* oleh tim Pengabdian Kepada

Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tamansiswa Padang. Materi yang diberikan adalah mengenai pelatihan *digital marketing* sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan produk UMKM Korong Balai Usang. Hasil yang diharapkan setelah berakhirnya kegiatan ini adalah peningkatan wawasan dan pengetahuan para peserta mengenai pemanfaatan *digital marketing*.

Penggunaan *digital marketing* pada kegiatan penjualan produk UMKM di Korong Balai Usang memiliki kendala yang cukup minim yang berhubungan fasilitas yang dimiliki oleh UMKM tersebut. Fasilitas pendukung untuk penerapan *digital marketing* yang dimaksud adalah akses internet yang baik dan peralatan teknologi Informasi (IT) sebagai media pemasaran online seperti laptop dan gawai pintar yang dapat terkoneksi dengan internet (Ryan:2025).

Berikut ini adalah beberapa produk UMKM Korong Balai Usang yang berasal dari ubi singkong:



Gambar 1. Bentuk Produk UMKM Korong Balai Usang

Tabel 1. Materi Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Materi	Pembahasan	Tujuan
1	Pengenalan <i>digital marketing</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seminar pemahaman mengenai pentingnya <i>digital marketing</i> dalam pertumbuhan UMKM terutama dalam memperluas kegiatan promosi. 2. Memahami mengenai tujuan, manfaat dan strategi <i>digital marketing</i> pada UMKM 	Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan peserta mengenai teori <i>digital marketing</i> dan mengetahui contoh UMKM yang sukses menerapkan <i>digital marketing</i> dalam meningkatkan penjualan
2	<i>Social media marketing</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memahami dan memanfaatkan perkembangan media sosial sebagai alat untuk promosi dalam meningkatkan penjualan produk, seperti Instagram, Tiktok dan Facebook 2. Cara menggunakan Sosial media dalam kegiatan promosi seperti cara menjual produk secara <i>live</i>, bagaimana berinteraksi dengan pelanggan di media social, dll 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan peserta mengenai pentingnya <i>social media marketing</i> untuk saat ini 2. Para peserta bisa menggunakan <i>social media</i> untuk melakukan penjualan, mengetahui bagaimana cara menarik

			pelanggan di <i>social media</i> tersebut.
3	<i>Marketplace</i>	1. Pemanfaatan penjualan <i>online</i> melalui <i>marketplace</i> yang sudah ada di Indonesia seperti Shoopee, Tokopedia, Lazada, dll 2. Pemahaman mengenai cara mendaftar atau membuatkan di beberapa <i>marketplace</i>	Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan peserta mengenai <i>marketplace</i> dan cara menggunakannya.
4	<i>Content marketing</i>	Pemahaman mengenai cara membuat konten produk yang menarik bagi konsumen yang nantinya bisa digunakan sebagai salah satu cara sebagai media promosi di <i>social media marketing</i> dan <i>marketplace</i>	Para peserta dapat mendesain dan menyiapkan isi konten apa yang akan digunakan untuk memasarkan produk
5	<i>Focus Group Discussion</i> (FGD)	Melakukan diskusi dan Tanya jawab terkait <i>digital marketing</i> yang sudah dipaparkan oleh nara sumber	1. Berbagi pengalaman dan tantangan yang dihadapi dalam melakukan usaha 2. Dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tentang <i>digital marketing</i> , UMKM dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualan serta kualitas layanan.
6	Evaluasi	Mengevaluasi program kerja dengan tema <i>digital marketing</i> yang telah dilaksanakan, yang berguna untuk mengembangkan usaha UMKM di Korong Balai Usang	Mengetahui kekurangan, hambatan dan kendala selama melakukan pengabdian kepada masyarakat di Korong Balai Usang.

Pelatihan dan pendampingan mengenai *digital marketing* bagi UMKM Korong Balai Usang yaitu memberikan dampak yang positif dan signifikan. Berikut adalah beberapa dampak yangterjadi adalah:

1. Dengan adanya pelatihan *digital marketing*, para peserta memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang cara memasarkan produk UMKM mereka melalui *social media marketing* dan *marketplace*. Sehingga hal ini akan dapat meningkatkan penjualan produk yang mereka tawarkan dan meningkatkan pendapatan.
2. Pelatihan ini dapat meningkatkan pengetahuan peserta bagaimana melakukan *branding* yang kuat ketika melakukan pemasaran secara *online*. Dengan membangun citra merek yang kuat dapat mempertahankan pelanggan dan memperluas pangsa pasar.
3. Peserta lebih memahami dan memiliki kesadaran untuk meningkatkan kualitas produk dan memperbaiki bentuk *packaging* produk supaya menjadi lebih menarik bagi konsumen. Dengan meningkatkan kualitas produk dan menciptakan *packaging* yang menarik dapat meningkatkan penjualan produk.

4. Dengan adanya pelatihan mengenai *digital marketing* ini pelaku UMKM jadi lebih terbiasa untuk melakukan penjualan secara *online* dan tidak hanya bergantung kepada penjualan konvensional, sehingga produk dapat dipasarkan ke luar daerah.



Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan dan pendampingan mengenai digital marketing

4. Penutup

Pelatihan *digital marketing* bagi UMKM Korong Balai Usang, Kecamatan Sintuk Toboh, Kabupaten Padang Pariaman, dapat memberikan dampak yang sangat positif dan signifikat bagi para pelaku UMKM. Hal ini dapat ditunjukkan dari beberapa indikator seperti meningkatnya pengetahuan dari UMKM mengenai *digital marketing* dan meningkatkan keterampilan UMKM yang ditunjukkan dengan adanya kemampuan pelaku UMKM dalam membuat foto produk, katalog produk, konten produk yang digunakan untuk mempromosikan dan menjual produk di instagram, tiktok, facebook, shoopee dan tokopedia. Minat dan ketertarikan pelaku UMKM dalam menerapkan *digital marketing* dalam pemasaran produknya memperlihatkan bahwa mereka memberikan respon yang positif terhadap kegiatan ini. Sehingga dapat dikatakan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil dilaksanakan karena memberikan dampak yang positif dan tujuan dilaksanakannya program dapat dicapai.

Daftar Pustaka

- Assauri, Sofjan. (2004). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Press.
- Gunardi, G., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2019). The strategy of small and medium enterprises (SMEs) in upgrading social media marketing to content marketing. JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen.
- Hendriadi, A. A., Sari, B. N., & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan digital marketing usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika:: Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Ryan, D. (2015). Understanding DigitalMarketing: Marketing strategies for engaging the digital generation(Third, Vol. 7). Kogan Page.
- Swastha, Basu. (2000). Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Bpfe.

Wahyudi, W., Mukrodi, M., Sugiarti, E., Marayasa, I. N., & Mawardi, S. (2022). Mengenal Pemasaran Digital Dan Market Place: Solusi Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19. Jurnal PKM Manajemen Bisnis.