



Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM Kelurahan Banjarsari Kota Surakarta

Muhammad Luthfi Hamdani^{1*}, Sri Partini²,
Agus Setyo Utomo^{3,4}, Tri Wuryanto⁴,
Chan Uswatun Khasanah⁵, Muhammad Ali Mursidi⁶

Politeknik Akbara Surakarta^{1,2,3,4,5,6}

e-mail: luthfihamd21@gmail.com

Abstract

The process of digitization has become integrated into the daily activities of society and gradually transformed the way interactions occur between consumers and business practitioners, departing from traditional patterns. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the sectors driving economic growth in Indonesia. The enormous economic potential of MSMEs needs to continue to be improved, one of which is by mastering digital marketing skills. Digital marketing is the use of technology to assist marketing activities in order to increase customer knowledge by meeting their needs. This training was carried out by lecturers and academics from the D-IV Digital Business study program at the Akbara Surakarta Polytechnic, with the aim of providing knowledge regarding the basic understanding of digital marketing and its practices. The participants are MSMEs in Banjarsari Village, Surakarta. All participants enthusiastically participated in every training session and practice. Furthermore, the knowledge and skills obtained in this training will be followed up in several digital marketing practices to market the products of the training participants.

Keywords: Digitalization, Digital Marketing, MSMEs.

Abstrak

Proses digitalisasi telah terintegrasi dalam aktivitas harian masyarakat dan secara perlahan mengubah cara interaksi antara konsumen dan pelaku bisnis dari pola tradisional. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor pendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Besarnya potensi ekonomi UMKM ini perlu terus ditingkatkan salah satunya dengan penguasaan keterampilan digital marketing. Pemasaran digital adalah penggunaan teknologi untuk membantu kegiatan pemasaran dalam rangka meningkatkan pengetahuan pelanggan dengan mencocokkan kebutuhan mereka. Pelatihan ini dilaksanakan oleh dosen dan civitas akademika prodi D-IV Bisnis Digital Politeknik Akbara Surakarta, hal ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai pemahaman dasar mengenai pemasaran digital beserta praktiknya. Adapun peserta yang merupakan pelaku UMKM Kelurahan Banjarsari, Surakarta. Seluruh peserta antusias mengikuti setiap sesi pelatihan dan praktik-praktiknya. Selanjutnya pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dalam pelatihan ini akan ditindaklanjuti dalam beberapa praktik melakukan pemasaran digital untuk memasarkan produk para peserta pelatihan.

Kata Kunci: Digitalisasi, Pemasaran Digital, UMKM.

PENDAHULUAN

Digitalisasi telah menjadi bagian dari rutinitas masyarakat sehari-hari dan perlahan menggeser proses tradisional dimana konsumen dan praktisi bisnis berinteraksi dengan satu sama lain. Digitalisasi, khususnya pada media sosial, diklaim dapat mengubah perilaku konsumen (Kaplan and Haenlein, 2010) dalam (Hamdani et al., 2022) dengan dampak yang cukup signifikan bagi perusahaan, produk, dan suatu merek (Muntinga et al., 2011). Adapun *digital marketing* atau pemasaran digital adalah penggunaan teknologi untuk membantu kegiatan pemasaran dalam rangka meningkatkan pengetahuan pelanggan dengan mencocokkan kebutuhan mereka (Chaffey, 2013) dalam (Bala and Verma, 2018). Di negara maju, perusahaan telah menyadari pentingnya digital pemasaran. Agar bisnis berhasil, mereka harus bergabung secara online dengan metode tradisional untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara lebih tepat. Jadi, *digital marketing* merupakan kegiatan dibidang pemasaran yang memanfaatkan platform yang ada di internet dalam menjangkau para targetkonsumen, selain itu digital marketing diartikan sebagai pemasaran produk atau jasa melalui internet atau disebut dengan pemasaran, web marketing, online marketing, e-marketing, atau e-commerce.

Penggunaan *digital marketing* menjadi alternatif pilihan, sebab biaya relatif murah dengan jangkauan yang luas dibanding dengan pemasaran konvensional. Alasan lain penggunaan *digital marketing* adalah kemudahan konsumen untuk memeriksa dan membandingkan produk satu dengan yang lainnya lebih nyaman. Dari segi informasi, *digital marketing* memiliki muatan informasi yang lebih luas dan mampu menyimpan data secara akurat (Rustiana, 2022) dalam (Tri et al., 2023).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor pendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan informasi dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) tercatat tenaga kerja UMKM sebanyak 119,6 juta pada tahun 2019 setara dengan 96,92% dari total tenaga kerja di Indonesia. UMKM juga diketahui menyumbang 60,51% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2019, (Amalia and Hamdani, 2022). Masih banyak dijumpai permasalahan digitalisasi UMKM. Misalnya (Rahayu and Day, 2017) yang menyebutkan bahwa karakteristik UMKM di Indonesia masih sangat sedikit untuk mengembangkan pemasaran digital yang bersifat berjejaring dan menggunakan teknologi yang canggih. Selanjutnya, menurut (Yustika and Kasidi, 2022) masih banyak konsumen yang merasa kurang aman untuk melakukan transaksi secara digital. Pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi dalam jumlah yang besar. Oleh karena itu, peran teknologi sangat dibutuhkan guna mengakselerasi keberhasilan perusahaan untuk memperbesar akses terhadap pasar atau calon

pembeli melalui pemanfaatan teknologi informasi berbasis web yang dapat digunakan sebagai media komunikasi pemasaran modern. Banjarsari adalah sebuah kelurahan di Kecamatan Banjarsari, Surakarta. Kelurahan ini berdiri dari pemekaran Kelurahan Kadipiro. Kantor Kelurahan Banjarsari menempati Kantor Lurah Kadipiro lama yang terletak di timur perlintasan KA Joglo. Pada tahun 2020, kelurahan ini berpenduduk 18.993 jiwa. (Wikipedia.org, diakses 2024).

Program studi D-IV Bisnis Digital Politeknik AKBARA Surakarta, dengan fokus pada pendidikan di manajemen bisnis dan Teknologi Informatika (TI), berpartisipasi aktif dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui kegiatan pengabdian masyarakat. Salah satu upaya konkrit adalah pelatihan digital marketing sederhana kepada pelaku UMKM di Kelurahan Banjarsari, Kota Surakarta. Kegiatan ini merupakan bentuk upaya peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam adaptasi dengan perkembangan teknologi dalam dunia bisnis. Tujuan umum kegiatan ini adalah memberikan pengetahuan dan keterampilan mengenai konsep digital marketing, konten marketing, dan iklan baik berbayar maupun gratis. Adapun tujuan khusus dari kegiatan pelatihan ini adalah agar peserta dapat menerapkan keterampilan yang mereka peroleh guna meningkatkan kualitas proses operasional bisnis. Harapannya, dengan demikian peserta dapat memperoleh lebih banyak interaksi dengan calon pembeli, mendapatkan lebih banyak penjualan, dan memperoleh peningkatan keuntungan. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 07 Oktober 2023 di balai kelurahan Banjarsari, Kota Surakarta.

METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian pada masyarakat yang dilaksanakan oleh prodi D-IV Bisnis Digital Politeknik Akbara Surakarta memiliki fokus utama pada peningkatan potensi ekonomi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Mengingat UMKM memainkan peran penting sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi, peningkatan keterampilan digital marketing dianggap strategis dalam meningkatkan daya saing dan penetrasi pasar UMKM. Pada pelaksanaan program ini, dosen dan civitas akademika prodi D-IV Bisnis Digital Politeknik Akbara Surakarta bertanggung jawab untuk memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM di Kelurahan Banjarsari, Surakarta. Fokus utama dari pelatihan ini adalah memberikan pemahaman dasar mengenai pemasaran digital serta praktek implementasinya. Pemasaran digital, sebagai penggunaan teknologi dalam kegiatan pemasaran, diharapkan dapat membantu pelaku UMKM untuk lebih memahami kebutuhan pelanggan mereka.

Peserta pelatihan yang merupakan pelaku UMKM, tampak antusias dan bersemangat dalam mengikuti setiap sesi pelatihan dan praktek-

prakteknya. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran akan pentingnya keterampilan digital marketing dalam mengoptimalkan pemasaran produk mereka. Setelah mengikuti pelatihan ini, peserta diharapkan akan memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk mengimplementasikan strategi pemasaran digital dalam usaha mereka. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya berhenti pada level pemahaman konseptual, tetapi juga mengarah pada praktik nyata dalam melakukan pemasaran digital. Langkah selanjutnya adalah menindaklanjuti pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dalam beberapa praktik, di mana peserta pelatihan akan menerapkan strategi pemasaran digital untuk memasarkan produk-produk mereka. Melalui pendekatan ini, diharapkan UMKM di Kelurahan Banjarsari, Surakarta, dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar digital, mencapai pelanggan potensial dengan lebih efektif, dan pada akhirnya, mendukung pertumbuhan ekonomi sektor UMKM secara keseluruhan.

PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan digital marketing sederhana kepada pelaku UMKM di Kelurahan Banjarsari, Kota Surakarta dilaksanakan pada tanggal 07 Oktober 2023 di Balai Kelurahan Banjarsari Kota Surakarta merupakan sebuah inisiatif pengabdian masyarakat yang dilakukan dengan tujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM setempat dalam pengelolaan proses pemasaran dalam bisnisnya. Kegiatan ini dipimpin oleh Muhammad Luthfi Hamdani, S.M., M.M dan melibatkan anggota tim yaitu Muhammad Ali Mursidi, S.E., M.Pd, Dr. Agus Setyo Utomo, S.E., Ak, Sri Partini, S.E., M.Si, Chan Uswatun Khasanah, S.Kom., M.Kom, dan drs. Tri Wuryanto, M.Si. Tim pengabdian juga melaksanakan koordinasi dengan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan (LPMK) Banjarsari, Kota Surakarta.

Dalam rangka persiapan kegiatan, alat bantu presentasi seperti PowerPoint, Laptop, dan LCD dianggap sebagai penunjang utama untuk menyampaikan materi secara menarik dan informatif. Hal ini mencerminkan perencanaan yang matang dari penyelenggaraan kegiatan dengan tujuan penyuluhan. Selain itu, penggunaan teknologi presentasi modern ini bertujuan untuk memaksimalkan pemahaman peserta melalui visualisasi yang efektif. Kegiatan dimulai tepat pada pukul 19.30 WIB dan berlangsung dengan lancar, dibantu oleh tingginya antusiasme peserta yang aktif bertanya dan berbagi informasi. Interaksi yang intens antara pemateri dan peserta menciptakan suasana yang positif dan interaktif selama kegiatan. Keterlibatan aktif peserta dalam proses penyuluhan menunjukkan bahwa pendekatan penyampaian informasi telah berhasil memotivasi partisipasi mereka. Dengan demikian, interaksi yang positif ini tidak hanya memperkuat efektivitas penyampaian materi tetapi juga

menciptakan lingkungan belajar yang dinamis dan berdaya ungkit. Acara dimulai dengan sambutan dari ketua LPMK Banjarsari beserta dengan pembukaan pelatihan. Setelah itu dilanjutkan dengan sesi pelatihan oleh fasilitator Muhammad Luthfi Hamdani, S.M., M.M dari Prodi D-IV Bisnis Digital Politeknik Akbara dengan materi dan kisi-kisi sebagai berikut:

Tabel 1
Topik dan Kisi-Kisi Pelatihan

| No | Materi | Kisi-kisi |
|----|------------------------------------|--|
| 1 | Konsep Digital Marketing | <ul style="list-style-type: none"> - Pengertian digital marketing - Perkembangan penggunaan digital marketing - Peran digital marketing dalam pengembangan bisnis |
| 2 | Konten marketing | <ul style="list-style-type: none"> - Fotografi konten - Videografi konten - Editing Foto - Editing video - Copywriting |
| 3 | Mengenal iklan berbayar dan gratis | <ul style="list-style-type: none"> - Iklan melalui influencer - Iklan melalui Meta Business Suite - Iklan melalui Tiktok dan Instagram |

Sumber: Data Sekunder, 2023

Berikut adalah beberapa dokumentasi kegiatan pelatihan digital marketing tersebut.

Gambar 1
Proses Pemaparan Materi



Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2023

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan cara tatap muka dan diberikan penjelasan langsung evaluasi pada akhir kegiatan menjadilangkah kritis dalam mengukur efektivitas pelatihan. Hasil evaluasi

menunjukkan bahwa peserta memiliki pemahaman yang baik terhadap materi yang disampaikan, menandakan keberhasilan kegiatan dalam mencapai tujuan penyuluhan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta mampu menjawab pertanyaan dengan baik serta membuat project berdasarkan instruksi dan bimbingan dari fasilitator mencerminkan pemahaman yang solid terhadap materi yang telah disampaikan.

Gambar 2

Peserta Mengisi Post-Test Setelah Proses Pemaparan Materi



Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2023

Setelah berhasil menyelenggarakan kegiatan pelatihan, langkah selanjutnya adalah melakukan post-test untuk mengevaluasi sejauh mana pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh oleh peserta. Post-test ini bertujuan untuk mengukur tingkat pemahaman dan penguasaan materi setelah peserta mengikuti pelatihan. Hasil jawaban post-test yang diperoleh akan dibandingkan secara langsung dengan hasil isian peserta pada sesi pre-test sebelum pelatihan dimulai. Dengan membandingkan hasil pre-test dan post-test, dapat dianalisis perubahan pengetahuan dan keterampilan yang terjadi pada setiap peserta sebagai dampak dari partisipasi mereka dalam kegiatan pelatihan. Evaluasi ini akan memberikan gambaran yang jelas tentang efektivitas pelatihan dan sejauh mana peserta berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam konteks materi yang telah diajarkan. Adapun pertanyaan yang diajukan sebagai berikut:

Tabel 2

Topik dan Kisi-Kisi Pelatihan

| No | Pertanyaan Post-test | Jawaban | Presentase peningkatan |
|----|---|--------------------------|------------------------|
| 1 | Terkait pelaksanaan kegiatan digital marketing secara umum, bagaimana penilaian Anda? | Mudah (21), Sulit (6) | 80% |

| | | | |
|---|---|--------------------------|-----|
| 2 | Terkait proses pembuatan konten fotografi dan videografi produk menggunakan Smartphone, bagaimana penilaian Anda? | Mudah (22), Sulit (5) | 66% |
| 3 | Terkait proses pembuatan teks copywriting iklan, bagaimana penilaian Anda | Mudah (22), Sulit (5) | 54% |
| 4 | Terkait proses iklan melalui akun media sosial Tiktok dan Instagram, bagaimana penilaian Anda? | Mudah (22), Sulit (5) | 52% |

Sumber: Data Sekunder, 2023

KESIMPULAN

Digital Marketing atau pemasaran digital bukan istilah yang asing bagi pelaku UMKM kelurahan Banjarsari, Surakarta. Namun mayoritas peserta masih belum terbiasa secara praktik pemasaran digital dalam menjalankan usahanya. Hal ini dikarenakan adaptasi keterampilan digital yang belum baik oleh pelaku UMKM. Informasi praktis dan implementatif yang disampaikan dan dipraktikkan dalam pelatihan *digital marketing* ini mendorong peserta tertarik dan antusias untuk bertanya lebih dalam lagi ke pemateri terkait *digital marketing*, selain itu beberapa peserta terlihat sudah memikirkan ide dan memilih jenis *digital marketing* yang akan mereka tindaklanjuti. Selanjutnya pada sesi pelatihan dilaksanakan juga praktik membuat konten serta mengiklankan konten tersebut melalui media sosial masing-masing peserta. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta pelatihan diukur oleh pelaksana melalui formulir *post-test*.

Sejumlah peserta memberikan saran yang sangat bernilai, yaitu perlunya pelaksanaan tindak lanjut kegiatan untuk lebih mendalami pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh. Pelaksanaan evaluasi terhadap praktik tindak lanjut yang mereka lakukan dianggap penting sebagai langkah untuk memastikan penerapan konsep-konsep yang telah dipelajari dalam pelatihan. Dengan melakukan tindak lanjut yang terstruktur, peserta berharap dapat menggali lebih dalam aspek-aspek kritis dari materi pelatihan dan memastikan bahwa keterampilan digital marketing yang diperoleh dapat diaplikasikan secara efektif dalam konteks bisnis mereka. Saran ini mencerminkan kesadaran akan pentingnya tidak hanya memahami konsep, tetapi juga menerapkannya secara konkret dalam praktik sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, N. ., and Hamdani , M. L. . (2022). Analisis pengaruh sikap finansial, pengalaman finansial dan kepribadian terhadap perilaku manajemen keuangan dimediasi oleh literasi finansial. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(Spesial Issue 5), 2224–2233.

- Muhammad Luthfi Hamdani, Sri Partini, Roudlotul Jannati Rochnadia N.Y, Sriyati, and Chan Uswatun Khasanah. (2022). Pelatihan Digital Marketing Guna Peningkatan Kapasitas Pengelola Desa Wisata Banyuwang. *J-COSCIS : Journal of Computer Science Community Service*, 2(2), 166-174.
- Muntinga, D.G., Moorman, M. and Smit, E.G. (2011), "Introducing COBRAs:exploring motivations for brand-related social media use", *International Journal of Advertising*, Vol. 30 No. 1, pp. 13-46.
- MBala, D. Verma (2018). *A Critical Review of Digital Marketing*. *International Journal of Management, IT and Engineering*, 8(10), 321-339.
- Tri, T. W., Setyo Utomo, A. ., and Hamdani, L. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Mahasiswa Memilih Politeknik AKBARA Surakarta: Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Mahasiswa Memilih Politeknik AKBARA Surakarta. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 84-92.
- Rahayu, R., and Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7, 25-41.
- Yustika, S., and Kasidi, D. (2022, July). Dampak Sosial Ekonomi UMKM Kota Malang di tengah Masa Pandemi. In *Seminar Nasional Riset Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 1, No. 1).
- Wikipedia.org.https://id.wikipedia.org/wiki/Banjarsari,_Banjarsari,_Surakarta
a) Diakses, 15 Januari 2024.