

---

## Digital Marketing Implementation: Implentasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Industri Di Kelurahan Tangkerang

Muhammad Qurhtuby<sup>1</sup>, Dinda Nur Fahira<sup>2</sup>, Efa Agustina<sup>3</sup>

<sup>1 2</sup> Universitas Muhammdiyah Riau.

E-mail: [qurhtuby@umri.ac.id](mailto:qurhtuby@umri.ac.id)<sup>1</sup>, [180301320@student.umri.ac.id](mailto:180301320@student.umri.ac.id)<sup>2</sup>,  
[180301305@student.umri.ac.id](mailto:180301305@student.umri.ac.id)<sup>3</sup>

---

**Keywords:** Digital Marketing, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Social Media

**Abstract:** Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tentang pemasaran digital, terutama media sosial, bagi para pelaku bisnis Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan penjualan dan laba mereka. Dihadiri oleh peserta : NARATTAKIDS (distributor baju anak), BUNGA MAWAR FRESH PEKANBARU (usaha buket bunga segar, snack, dan buket uang), dan TIRTAHANA STORE (toko pakaian bekas). metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pelatihan dan edukasi secara virtual (Webinar) dan terjun langsung untuk membantu proses implementasi pemasaran digital, metode ini merupakan kegiatan pengembangan kemampuan dengan menerapkan ilmu pengetahuan yang telah dimiliki. praktik langsung yang lakukan yaitu membuat akun media sosial (Instagram, Facebook, dll), marketplace (Shopee, Tokopedia, Lazada, dll) dan cara membuat produk terlihat menarik bagi pembeli dengan cara melakukan pemotretan produk menggunakan kamera profesional. Hasil observasi yang dilakukan oleh para anggota KKN Kelompok 9 menunjukkan bahwa pelaku usaha UMKM secara keseluruhan aktif dalam menggunakan media sosial sebagai alat promosi mereka akan tetapi masih terlalu pasif dalam mengimplementasikan promosi digital dalam bentuk foto katalog yang sudah berkembang karena kurangnya pemahaman tentang teknologi dan ketrampilan. Semua peserta menunjukkan minat besar untuk menggunakan pemasaran media sosial secara terus menerus untuk meningkatkan penjualan mereka.

---

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat.

---

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha bukan merupakan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha kecil atau Usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. (Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bab 1 Pasal 1)

Daerah kelurahan Tangkerang Barat tepatnya di RW 07 dan sekitarnya memiliki banyak UMKM yang sangat berpontesi besar untuk meningkatkan ekonomi di tengah pandemi saat ini, diantaranya UMKM yang bergerak di bidang fashion, buket bunga dan lain sebagainya. Potensi yang dimiliki oleh setiap UMKM akan memulihkan faktor ekonomi sekitarnya terutama untuk pemilik UMKM itu sendiri.

Digital marketing merupakan upaya pemasaran yang efektif untuk saat ini. Hal ini sejalan dengan pendapat Edi Purwana, dkk (2017) digital marketing adalah kegiatan promosi dan mencari pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Digital marketing biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, distributor dan calon konsumen. Adanya penggunaan digital marketing diharapkan dapat meningkatkan nilai ekonomi bagi pelaku UMKM di tengah pandemi Covid-19 di Dusun Karanganyar.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah memberikan edukasi kepada pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Tangkerang Barat tentang bagaimana cara memasarkan produk mereka secara digital menggunakan platform media elektronik yang tersedia sekarang. Tak hanya memberikan edukasi tentang dunia Digital Marketing mahasiswa KKN juga membantu para pelaku UMKM untuk mengimplementasikan ilmu yang telah didapat dari narasumber.

Dalam usaha memberikan edukasi tentang pemahaman terhadap dunia Digital Marketing, mahasiswa KKN memilih metode seminar secara virtual atau daring (Webinar) sebagai sarana edukasi. Webinar ini diselenggarakan oleh mahasiswa KKN untuk para pelaku UMKM agar mengetahui lebih dalam pemahaman tentang Digital Marketing, tujuannya adalah sebagai bekal mereka untuk terjun ke bidang tersebut. Webinar tersebut diisi oleh narasumber yang ahli dibidangnya yang siap memberikan pelaku UMKM informasi sebanyak – banyaknya sebelum mereka terjun langsung di bidang Digital Marketing.

Setelah memberikan pelatihan dan edukasi kepada pelaku UMKM, mahasiswa juga membantu pengusaha untuk mengimplementasikan ilmu yang telah mereka dapat dari narasumber dengan cara terjun langsung ke setiap UMKM dan membantu membimbing setiap langkah – langkahnya.

Terdapat dua tahap rencana kerja dalam kegiatan pengabdian ini yaitu:

1. Pelatihan dan edukasi secara virtual (Webinar)
2. Terjun langsung untuk membantu proses implementasi pemasaran digital

Pada setiap metode penulis mempraktikkan cara penggunaan media daring sebagai sarana pemasaran produk. Hal ini bertujuan agar pelaku UMKM dapat melakukan pemasaran online secara mandiri dan menguasai digital marketing.

## HASIL

Di tengah pandemi Covid-19 ini, pelatihan digital marketing merupakan upaya yang efektif dilakukan untuk meningkatkan nilai ekonomi terutama bagi pelaku UMKM yang terdampak langsung oleh pandemi. Kegiatan yang dilakukan dalam KKN ini antara lain wawancara, identifikasi masalah, sosialisasi tentang pentingnya branding, pengemasan produk, pembuatan katalog produk, pembuatan iklan yang menarik dan digital marketing. Serangkaian kegiatan tersebut dilakukan secara bertahap dimulai dari pemberian ilmu dasar yang sederhana tentang digital marketing sampai dengan kegiatan praktik pengemasan dan pemasaran produk melalui media online yang bersifat kompleks. Pemberian pelatihan yang bertahap dan sistematis bertujuan untuk memudahkan pemilik UMKM dalam memahami setiap detail materi.

### 1. Metode Pelatihan Dan Edukasi Secara Virtual (Webinar)

Mahasiswa menyampaikan program kegiatan terkait digital marketing secara online dengan menggunakan aplikasi zoom kepada pelaku UMKM. Materi yang disampaikan meliputi pengertian, tujuan, manfaat, cara penggunaan media sosial sebagai sarana penjualan online dalam digital marketing. Dalam sosialisasi webinar yang dilaksanakan akan membantu para pelaku UMKM untuk bisa meningkatkan laba perjualan mereka lewat media sosial yang sedang berkembang saat ini dan dapat di akses dimanapun dan kapanpun.



Gambar 1: Webinar untuk para pemilik UMKM

### 2. Terjun Langsung Untuk Membantu Proses Implementasi Pemasaran Digital

Metode praktik merupakan kegiatan pengembangan kemampuan dengan menerapkan ilmu pengetahuan yang telah dimiliki. Beberapa program kegiatan yang dilakukan anggota KKN Kelompok 9 yaitu:

#### a. Foto Katalog Produk UMKM.

Katalog sering juga disebut sebagai media informasi yang berisi tentang daftar koleksi produk dari sebuah perusahaan yang bertujuan untuk memudahkan konsumen mengetahui produk yang perusahaan miliki. Fungsi katalog produk adalah:

- 1) Untuk memasarkan produk
- 2) Sebagai media promosi yang efektif
- 3) Dapat menekan biaya promosi
- 4) Dapat memotivasi agen penjual.
- 5) Meningkatkan laba penjualan

Para pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Tangkerang Barat masih sangat minim untuk memperindah foto katalog mereka, oleh sebab itu

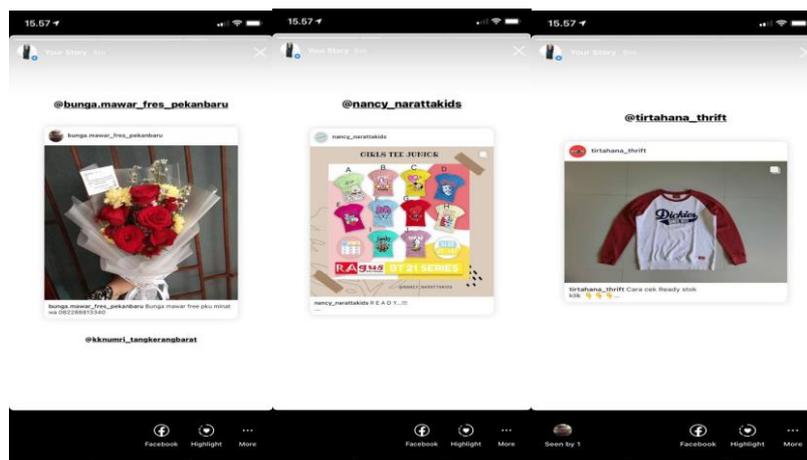
anggota KKN kelompok 9 membantu para pelaku UMKM untuk lebih memperhatikan foto produk atau foto katalog dari produk yang mereka pasarkan.



**Gambar 2: Proses Foto Produk UMKM**

**b. Promosi Digital Marketing UMKM.**

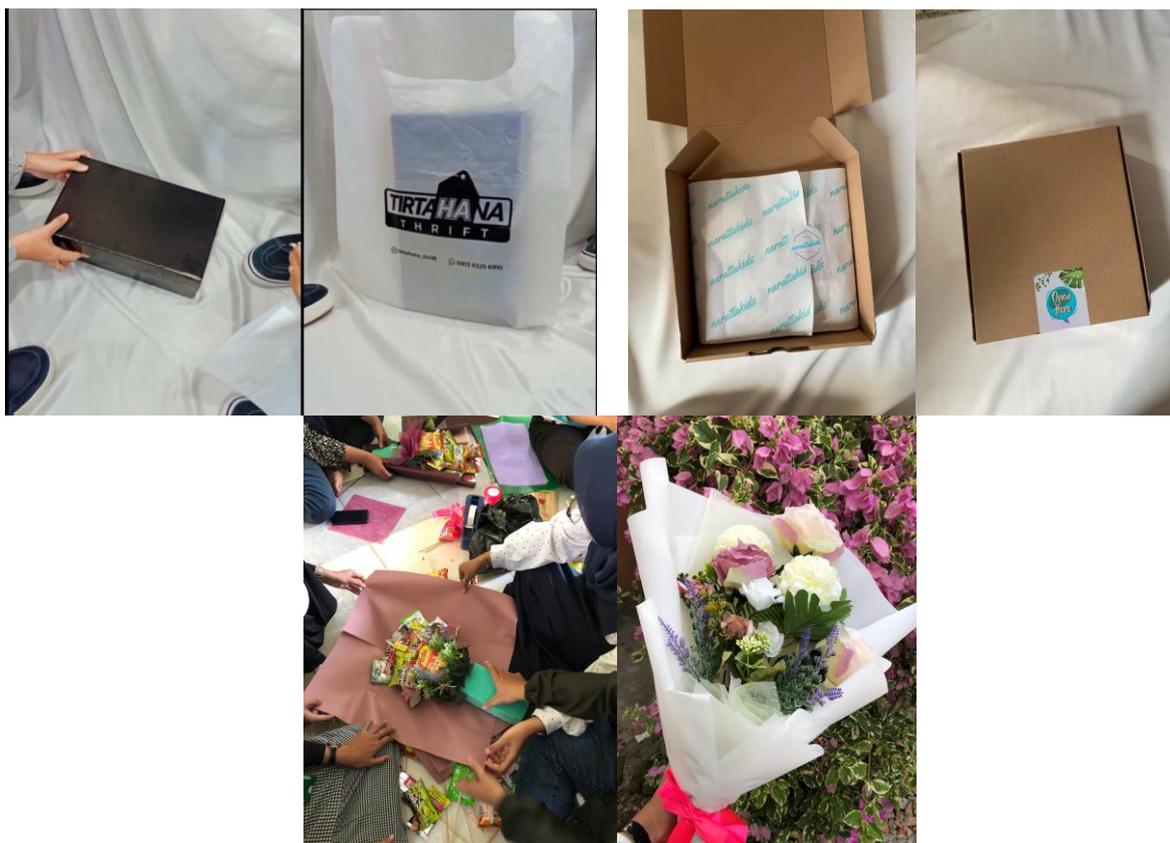
Sebelum melakukan Digital Marketing (pemasaran daring) pelaku UMKM harus memiliki akun usaha di media sosial. Media sosial yang digunakan untuk pemasaran dalam kegiatan ini adalah Instagram. Instagram dipilih sebagai media pemasaran karena masyarakat saat ini selalu mengeskese instragam kapanpun dan dimanapun. Setelah pelaku UMKM memiliki akun Instagram, anggota KKN akan mengajarkan cara mengunggah katalog dan kalimat iklan yang menarik guna meperindah postingan di media sosial instagram. Pemasaran iklan secara daring di Instagram menjadikan produksi UMKM kembali meningkat dari pemasaran secara offline.



**Gambar 3: Media Promosi Promosi Produk**

c. Pengemasan Produk UMKM.

Kemasan sebuah produk merupakan hal yang paling penting karena kemasan berfungsi untuk melindungi produk dari **kerusakan selama pemindahan dari produsen ke toko atau pasar, hingga ke rumah pembeli** yang dapat merusak kualitas produk. Proses pengemasan produk untuk setiap UMKM berbeda, pada UMKM Buket Bunga pelaku UMKM menggunakan kertas buket, gabus, pita, dan lain sebagainya untuk memperindah penegmasan bungan yang sudah dirangkai. Untuk UMKM Fashion anak dan Thrift Shop pelaku UMKM sendiri menggunakan kotak berkualitas baik yang berukuran sesuai dengan kebutuhan produk yang akan dikemas agar produk tetap terjaga kualitasnya.



Gambar 4 : Pengemasan Produk UMKM

d. Menyusun Laporan Keuangan UMKM.

Laporan keuangan sangat berperan penting dalam semua kegiatan usaha guna untuk melihat peningkatan laba yang di dapat dalam menjalankan usaha tersebut. Laporan keuangan adalah satu kesatuan yang tidak dapat di hindari dalam kegiatan usaha apapun. Dalam hal ini anggota KKN kelompok 9 melakukan kegiatan sosialisasi dan mengajarkan bagaimana menyusun laporan keuangan yang sesuai dengan SAK (Standart Akuntansi Keuangan).



**Gambar 5 : Sosialisasi Menggunakan Aplikasi dalam Laporan Keuangan**

## **SIMPULAN**

Pelatihan ini memberikan beberapa materi yang terkait dengan edukasi dan pelatihan tentang pemasaran produk melalui media digital, meningkatkan keterampilan dan kreatifitas dalam menciptakan inovasi, serta meningkatkan laba dalam penjualan UMKM yang ada di Tangkerang Barat.

## **PENGAKUAN**

Terima kasih kepada Kepala Desa Tangkerang Barat, RW beserta RT Tangkerang Barat, Kota Pekanbaru yang telah memberikan izin terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terima kasih kepada pelaku UMKM Tangkerang Barat yang telah mengikuti serangkaian kegiatan sosialisasi dan pelatihan digital marketing. Terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung kegiatan pengabdian masyarakat ini, sehingga semua kegiatan dapat terlaksana dengan baik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aufar (2014:8). Kementrian Koperasi dan UMKM
- Nikmah, O. F. 2017. Kajian Tentang Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Peluang Bisnis. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 11(1), 47–56.
- Prabowo, W. A. 2018. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 101–112.
- Pradiani, T. 2017. Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *46 Jibeka*, 11(2), 46–53.
- Fina Fitriyana, Anum Nuryani, Tati Rosyati, Yolanda Gusvia. Pelatihan Pemanfaatan Marketplace UMKM Dalam Masa Pandemi. Vol 2, No 2 Mei 2021.
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bab 1 Pasal 1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro.