



**PENYULUHAN PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING BAGI UMKM DIDESA  
KETUAN JAYA KABUPATEN MUSI RAWAS**

**Miki Indika<sup>1\*</sup>, Suharto<sup>1</sup>, Kusnadi Yudha Wiguna<sup>1</sup>, Subianto<sup>1</sup>, Herawati<sup>2</sup>, Anggia Syafitri<sup>2</sup>, Riswanda Imawan Lingga<sup>2</sup>, Firdinan Wahyudi<sup>2</sup>, Fredy Andito<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Musi Rawas

<sup>2</sup>Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Musi Rawas

\*e-mail : [miki.unmura@gmail.com](mailto:miki.unmura@gmail.com)

**ABSTRAK**

Pengabdian ini dilaksanakan oleh Dosen Prodi Akuntansi dan Prodi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musi Rawas yang juga melibatkan mahasiswa guna memberikan wawasan dan ilmu tambahan kepada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di desa Ketuan Jaya dalam memasarkan produk dan meningkatkan penjualan melalui pemanfaatan digital marketing. Metode yang digunakan adalah ceramah, power point dengan media visual dan tanya jawab. Antusiasme peserta dalam mengikuti kegiatan penyuluhan ini menjadi tolok ukur keberhasilan agenda ini. Hal ini ditunjukkan dengan adanya interaksi antara narasumber dan peserta pada sesi tanya jawab sehingga pemilik UMKM dapat lebih memahami tentang digital marketing.

Kata Kunci: Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Digital Marketing

**ABSTRACT**

*This service was carried out by Lecturers in the Accounting Study Program and Digital Business Study Program, Faculty of Economics and Business, Musi Rawas University, who also involved students to provide additional insight and knowledge to Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Jurun Jaya village in marketing products and increasing sales through the use of digital marketing. The methods used are lectures, power points with visual media and questions and answers. The enthusiasm of the participants in participating in this outreach activity is a benchmark for the success of this agenda. This is demonstrated by the interaction between resource persons and participants in the question and answer session so that MSME owners can understand more about digital marketing.*

Keywords: *Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), Digital Marketing*

**PENDAHULUAN**

Di tengah perkembangan pesat teknologi digital, pemanfaatan digital marketing telah menjadi salah satu solusi yang menjanjikan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di desa untuk meningkatkan visibilitas, daya saing, dan pertumbuhan bisnis mereka. Di negara berkembang seperti Indonesia, UMKM melengkapi industri besar dalam hal penciptaan lapangan kerja, distribusi pendapatan dan pertumbuhan ekonomi, serta merupakan



pelaku penting dalam pembangunan ekonomi lokal dan pembangunan masyarakat (Sholihah 2023). Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktifitas bagi kehidupan manusia. Khusus dalam bidang teknologi masyarakat sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir ini. Manfaat internet semakin sangat terasa bagi para pemakainya yang tidak bisa lepas dari dunia internet ini. Seperti misalnya para internet marketer, narablog, blogger, dan juga sekarang toko online semakin mempunyai tempat di mata para konsumen yang sedang mencari barang tertentu.

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Perkembangan teknologi sekarang ini telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Banyak hal dari sektor kehidupan yang telah menggunakan keberadaan dari teknologi itu sendiri. Kehadirannya telah memberikan dampak yang cukup besar terhadap kehidupan umat manusia dalam berbagai aspek dan dimensi. Demikian halnya dengan teknologi komunikasi yang merupakan peralatan perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai sosial yang memungkinkan individu untuk mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi.

Pesatnya perkembangan teknologi atau dunia digital pasti akan berdampak pada dunia ekonomi. Tren pemasaran di seluruh dunia sedang berubah dari offline menjadi online. Digital Marketing sendiri merupakan proses jual beli dimana dengan menggunakan media digital online atau internet baik itu menggunakan e-commerce, maupun media sosial yang bertujuan untuk mempromosikan suatu kegiatan terkhusus produk di bidang ekonomi. Digital Marketing merupakan proses dalam melakukan pemasaran suatu produk dan jasa dengan melalui media internet. Dalam pemasaran digital marketing, bukan hanya dalam meningkatkan penjualan tetapi juga untuk mempromosikan produk dan jasa baru, branding dan membina hubungan baik dengan para pelanggan.

Usaha mikro, kecil dan menengah atau sering disebut UMKM merupakan sarana masyarakat untuk mencukupi kebutuhannya. Usaha ini sering kali disebut sebagai



informal yang bergerak di bidang yang mudah dijangkau oleh masyarakat tanpa memerlukan keahlian khusus untuk menjalankannya usahanya. Usaha informal sudah menjadi penopang ekonomi Indonesia terbesar karena banyak masyarakat Indonesia yang bergantung dari jenis usaha ini. Perkembangan teknologi informasi berkembang dengan pesat. Sebagaimana aktivitas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya. Semakin banyaknya pesaing menjadi pertimbangan bagi pelaku usaha untuk melakukan inovasi dalam memenangkan persaingan tersebut. Strategi komunikasi pemasaran yang tepat digunakan untuk bisa meraih pangsa pasar yang dituju sehingga dapat meningkatkan penjualan.

Berdasarkan uraian diatas maka kita dapat menyimpulkan bahwasanya digital marketing sangat penting didalam UMKM. UMKM Di desa Ketuan Jaya didalam kegiatannya masih banyak pelaku usaha yang belum mengenal dan cara penggunaannya mengenai *digital marketing* khususnya *marketplace*. Pelaku UMKM di Desa Ketuan Jaya masih menggunakan cara lama dalam memasarkan berbagai macam produknya yaitu dengan menjualnya ke pasar tradisional. Sebutlah beberapa UMKM memiliki produk berupa Gula Merah Nira, Kemplang, Tahu, Ikan Hias dan lain-lain. Mereka membutuhkan sebuah Teknik pemasaran terbaru yaitu menggunakan Digital Marketing. Oleh karena itu mahasiswa memberikan pengetahuan baru terkait pemasaran online menggunakan Digital Marketing tersebut.

## MATERI DAN METODE

Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan oleh dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musi Rawas yang melibatkan juga mahasiswa dalam rangka memberikan wawasan dan tambahan ilmu pengetahuan kepada pelaku UMKM di desa Ketuan Jaya mengenai strategi *digital marketing* dalam menghadapi perkembangan teknologi. Metode yang digunakan adalah menggunakan ceramah, power point dengan media visual dan tanya jawab. Dengan metode kombinasi ini, diharapkan peserta kegiatan seminar dapat memahami tentang materi yang disampaikan oleh Narasumber. Waktu pelaksanaan pengabdian masyarakat pada UMKM di desa Ketuan Jaya berlangsung selama satu hari penuh. Jumlah peserta kegiatan 60 orang. Kegiatan berlangsung dengan konsep penyuluhan. Metode yang dilakukan yaitu melakukan Sosialisasi terhadap pelaku UMKM



dengan cara membagikan materi kepada peserta terkait strategi digital marketing dalam meningkatkan penjualan. Setelah pemaparan materi dari Narasumber selanjutnya membuka sesi tanya jawab atas permasalahan dan hambatan yang dihadapi peserta kegiatan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Digital marketing adalah suatu bentuk pemasaran yang memanfaatkan teknologi dalam memudahkan aktivitas pemasaran. Platform yang digunakan dalam digital marketing adalah website, social media, e-commerce dan lain-lain. Keuntungan dengan menggunakan pemasaran digital yaitu biaya yang rendah, efisien, cepat. Berdasarkan hasil survey di wilayah Desa Ketuan Jaya Kecamatan Tugumulyo Kabupaten Musi Rawas diperoleh informasi bahwa banyak pelaku UMKM yang menggunakan pemasaran secara offline, sangat penting bagi pelaku UMKM untuk mengetahui tentang pemasaran digital atau pengaplikasian E-commerce dalam kegiatan usaha di media sosial. Hal itu dapat dimulai dari memperkenalkan dan mengetahui manfaat yang diperoleh dari penggunaan pemasaran digital.

Dalam menjalankan aktivitas pemasaran perusahaan dituntut memiliki konsep pemasaran. Menurut Tjipjono dalam Sarjono 2015), konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa keinginan dari konsumen adalah kebenaran sosial dan ekonomi kehidupan sebuah perusahaan, dalam konsep pemasaran, perusahaan harus berorientasi pada konsumen dengan menentukan produk dan program pemasaran, mengadakan penelitian pada konsumen dan menentukan serta melaksanakan strategi yang paling baik, dan menyusun kegiatan pemasaran secara integral.

Aplikasi yang disampaikan dalam kegiatan ini adalah dengan membuat e-commerce melalui website, sosial media yaitu, facebook dan Instagram. Dengan menggunakan media pemasaran digital ini akan memberikan kemudahan serta memiliki banyak pengguna sehingga cakupan pasarnya lebih luas dan cocok bagi pelaku UMKM Desa Ketuan Jaya. Sebelumnya, kami telah melakukan survey dan observasi langsung pada UMKM yang bertujuan untuk mengetahui kondisi dan permasalahan di lapangan secara nyata, serta mendapatkan informasi mengenai UMKM. Selanjutnya kami melakukan penyuluhan dan pelatihan kepada UMKM mengenai digital marketing yang bertujuan agar pelaku UMKM dapat meningkatkan wawasan serta kemampuan dalam memasarkan produk menggunakan internet dan teknologi sederhana.



Adapun hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan ini dengan cara sosialisasi dan pemaparan materi yaitu dapat memberi pengetahuan kepada para pelaku UMKM mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi UMKM itu sendiri. Perkembangan teknologi membuat para UMKM perlu menyesuaikan diri terutama dalam proses pemasaran. Pemasaran melalui digital dengan memanfaatkan social media, social chatting, marketplace dan penggunaan platform lainnya, memudahkan para pelaku UMKM untuk dapat menarik dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen.

Dalam kegiatan tersebut juga kami membuat akun social media facebook dan instagram untuk pemasaran produk UMKM agar dapat mempermudah pemasaran, meningkatkan produksi dan meningkatkan jangkauan pemasaran,. Selain itu, melalui media social ini juga dapat memberikan kemudahan akses untuk melakukan penjualan. Mulai dari pembuatan akun hingga proses penjualan maupun pembelian. Media social banyak digunakan oleh semua kalangan terutama generasi millennial hingga generasi post gen-z. diharapkan dengan menggunakan media social sehingga bagi pelaku UMKM dapat meningkatkan penjualan produk UMKM.

Dari hasil kegiatan sosialisasi pemanfaatan digital marketing pemilik UMKM mulai memahami pentingnya penggunaan media online sebagai sarana pemasaran untuk kemajuan bisnis di era digital pada saat ini. Wawasan baru perlu segera di implementasikan untuk peningkatan penjualan produk melalui online. Para peserta kegiatan sangat antusias dalam mengikuti kegiatan ini. Peserta banyak melakukan tanya jawab terkait dengan strategi literasi keuangan dan digitalisasi bisnis.



**Gambar 1. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Di Desa Ketuan Jaya  
(Sumber: Dokumentasi Lapangan, 2023)**

## **KESIMPULAN**

Penggunaan teknologi digital saat ini, membuat segala aktivitas manusia mulai dari segala bidang termasuk ekonomi ikut terpengaruh. Penggunaan media sosial sebagai salah satu teknologi digital saat ini dapat digunakan oleh para pelaku UMKM dalam memperluas jaringan pemasaran. Dukungan dalam bentuk akses ke teknologi, sumber daya pelatihan, dan program pembinaan bisnis akan sangat berarti bagi UMKM dalam menghadapi tantangan dan kesempatan di era digital. Dengan adopsi digital marketing yang tepat, UMKM akan semakin mampu berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal, peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan tercapainya tujuan pembangunan berkelanjutan secara keseluruhan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan ini memberikan rekomendasi dan strategi bagi pemerintah, lembaga nirlaba, dan para pemangku kepentingan terkait untuk mendukung pemanfaatan digital marketing bagi UMKM di Desa Ketuan Jaya. Dengan demikian, diharapkan melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat dan berkontribusi pada upaya peningkatan penjualan bagi UMKM.



## SARAN

Desa Ketuan Jaya mempunyai potensi yang bagus untuk membuka peluang UMKM dengan memanfaatkan hasil kebun yang melimpah. Mengingat didesa ketuan jaya hanya memiliki sedikit sekali UMKM dan diharapkan bisa mengelola hasil alam dengan lebih kreatif lagi serta hasil produksi disarankan untuk melakukan pemasaran dengan menggunakan media online yaitu media sosial atau marketplace yang dapat membantu meningkatkan penjualan ke kawasan yang lebih luas. Para pelaku UMKM senantiasa meningkatkan pengetahuan dalam penggunaan media sosial dalam rangka memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan jumlah pelanggan, meningkatkan penjualan dan pada akhirnya akan meningkatkan keuntungan UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1 (2).
- Bismala, Lila, Dewi Andriany, and Gustiana Siregar. 2019. “Model Pendampingan Inkubator Bisnis Terhadap Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Di Kota Medan.” *PUSKIBII (Pusat Kewirausahaan , Inovasi Dan Inkubator Bisnis )* 1 (1): 1–7.
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPPM)* 1(1): 1 – 17.
- Ryan, D. (n.d.). Understanding Digital Marketing\_ Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation.
- Sarjono, Bambang. 2015. “Strategi Pemasaran Produk Baru.” *Orbith* 11 (3): 230–36
- Sholihah, Dewi Deniaty.2023. “Increasing Innovation and Social Media Marketing Among Women Entrepreneurs in Kampung Kerupuk Surabaya”. 98-104.  
<https://doi.org/10.11594/nstp.2023.3317>.
- Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020).Peranan E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. *Jurnal Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298–309.



## **JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT DESA (MASDA)**

[e-ISSN: 2830-3806](#)  
[p-ISSN: 2830-0785](#)

**LPPM – UNIVERSITAS MUSI RAWAS**

Alamat: Jl. Sultan Mahmud Badarrudin II Kel. Air Kuti Kec. Lubuklinggau Timur I  
Kota Lubuklinggau. WA/Hp : 082169365810  
<https://ejurnal.unmura.ac.id/index.php/masda>  
Email: [masdalppmunmura@gmail.com](mailto:masdalppmunmura@gmail.com)

- Syifa, Y. I., Wardani, M. K., Rakhmawati, S. D., & Dianastiti, F. E. (2021). PelatihanUMKM Melalui Digital Marketing untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1).
- Tabrani, M., Apriliah, W., Ardiansyah, D., & Ermawati, E. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Peningkatan Branding Yayasan Rumah Harapan Karawang. 1(1).
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM Di Indonesia. *Forum Keuangan Dan Bisnis*, 327–337.
- Widia, E. (2021). Diseminasi Penggunaan Sosial Media dalam Perluasan Sebaran Pemasaran pada Produk UMKM. *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1).