

## Pemanfaatan *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di Desa Sagara

Masduki<sup>1</sup>, Alan Rusdiana<sup>2\*</sup>, Pipih Sopiyan<sup>3</sup>, Mochamad Febri Sayidil Umam<sup>4</sup>, Ovi Hamidah Sari<sup>5</sup>, Aat Humairoh<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,6</sup> Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia

<sup>5</sup> Universitas Dian Nusantara, Jakarta, Indonesia

\*e-mail korespondensi: alanrusdiana123@unma.ac.id

### Abstract

*The potential of Sagara village in the field of MSMEs is quite good, but behind it all the marketing of MSME products in Sagara village is still quite traditional, because it is marketed in the neighborhood around Sagara village only so that products cannot reach a wide market which causes sales will not increase. In overcoming these problems, business people need to consider switching to an online store or it can be said to start doing business by implementing a digital marketing system, namely by utilizing Shopee e-commerce. The implementation method begins with analyzing the problems faced by MSMEs. Then from these problems, a solution was formulated by providing two kinds of training, namely training on digital marketing concepts and training on creating Shopee accounts and stores. Based on the results obtained, after attending this workshop, MSME players can understand the benefits and importance of digital marketing strategies through e-Commerce as a means of marketing their products. After being given assistance, MSME actors were also able to create and manage Shopee Store accounts properly, such as being able to upload photos and product descriptions, product pricing, and knowing the utilization of other features in Shopee. In addition, the response from the participants of this e-commerce seminar was very good, they were very enthusiastic about participating in the activity.*

**Keywords:** *digital marketing; e-commerce Shopee; sales increase; MSMEs*

### Abstrak

Potensi desa Sagara dalam bidang UMKM ini cukup baik, namun dibalik itu semua pemasaran produk UMKM yang ada di desa sagara masih terbilang cukup tradisional, karena dipasarkan di lingkungan sekitar desa sagara saja sehingga produk tidak dapat menjangkau pasar secara luas yang menyebabkan penjualan tidak akan meningkat. Dalam mengatasi permasalahan tersebut, pelaku bisnis perlu perlu mempertimbangkan untuk beralih ke toko online atau dapat dikatakan untuk memulai berbisnis dengan menerapkan sistem digital marketing yaitu dengan memanfaatkan e-commerce Shopee. Metode pelaksanaan diawali dengan menganalisa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Kemudian dari permasalahan tersebut dirumuskan solusi dengan memberikan dua macam pelatihan, yaitu pelatihan konsep pemasaran digital dan pelatihan pembuatan akun dan toko Shopee. Berdasarkan hasil yang diperoleh, setelah mengikuti workshop ini para pelaku UMKM dapat memahami manfaat dan pentingnya strategi digital marketing melalui e-Commerce sebagai sarana pemasaran produknya. Setelah diberikan pendampingan, pelaku UMKM juga mampu membuat dan mengelola akun Toko Shopee dengan baik seperti mampu mengunggah foto dan deskripsi produk, penetapan harga produk, serta mengetahui pemanfaatan fitur lain dalam Shopee. Selain itu, Respon/tanggapan dari peserta seminar e-commerce ini sangat baik, mereka sangat antusias mengikuti kegiatan tersebut.

**Kata Kunci:** *digital marketing; e-commerce Shopee; peningkatan penjualan; UMKM*

Accepted: 2024-11-23

Published: 2025-01-15

## PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu pilar utama dari fundamental ekonomi Indonesia. Bahkan, di saat terjadinya krisis ekonomi 1998, ternyata sektor UMKM sangat berkontribusi positif dalam menyelamatkan ekosistem ekonomi Indonesia kala itu. Hal yang sama juga terjadi selama pandemi Covid-19, yang mana sektor UMKM dapat berpotensi besar untuk menjadi akselerator pemulihan ekonomi nasional (Arianto, 2020). Dengan pengembangan digitalisasi UMKM akan membuat

ekonomi digital di Indonesia pada 2025 akan menjadi terbesar di Asia Tenggara (Arumsari et al., 2022).

Namun, implementasi digital marketing di kalangan UMKM masih menghadapi berbagai tantangan. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, hanya sekitar 13 juta dari 64 juta UMKM yang telah terdigitalisasi (Fahdia et al., 2022; Awaludin et al., 2024). Banyak pelaku UMKM yang belum memahami potensi digital marketing sebagai strategi utama dalam pemasaran produk atau jasa mereka. Hal ini menyebabkan produk UMKM sulit dikenal dan berdampak pada penjualan (Rusdiana et al., 2024).

Desa Sagara adalah desa yang berada pada kaki Gunung Ciremai dengan koordinat 6°55'04.3"S 108°19'03.2"E. Desa Sagara memiliki luas wilayah 4,35 km<sup>2</sup>. Sebelah utara, berbatasan dengan Desa Tejamulya dan di sebelah selatan berbatasan dengan Desa Anggrawati, disebelah timur berbatasan dengan Desa Wanahayu, disebelah barat berbatasan dengan Desa Sukasari Kidul dan Desa Tegalsari. Jumlah penduduk Desa Sagara Kecamatan Argapura Kabupaten Majalengka yaitu 1667 jiwa. Dalam bidang ekonomi, potensi di Desa Sagara dapat dilihat dari beberapa produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang dimiliki oleh beberapa masyarakat Desa Sagara. Beberapa UMKM yang berjalan cukup produktif di Desa Sagara berasal dari olahan hasil pertanian seperti kripik pisang, kripik ubi dan juga kue kue kering serta basah. Potensi desa Sagara dalam bidang UMKM ini cukup baik, namun dibalik itu semua pemasaran produk UMKM yang ada di desa sagara masih terbilang cukup tradisional, karena dipasarkan di lingkungan sekitar desa sagara saja. Biasanya hasil olahan produk hanya disimpan ke warung-warung terdekat atau grosiran sehingga tingkat penjualan tidak maksimal karena produk UMKM tidak dapat menjangkau pasar secara luas. Hal ini menjadi suatu isu yang harus segera di berikan solusinya, apalagi dengan adanya kemajuan teknologi yang meningkat dapat dijadikan sebagai wadah pemasaran produk UMKM desa Sagara.

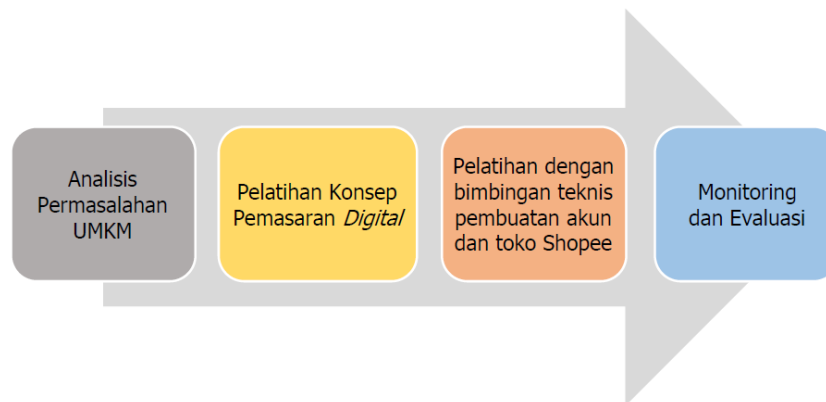
Dalam mengatasi permasalahan tersebut, pelaku bisnis perlu perlu mempertimbangkan untuk beralih ke toko online atau dapat dikatakan untuk memulai berbisnis dengan menerapkan sistem *digital marketing* (Rusdiana et al., 2024). *Digital marketing* dapat memberikan banyak perubahan dalam hal proses perdagangan dan pengembangan bisnis berbasis *e-commerce*. *Electronic commerce (E-commerce)* adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis (Pramesti dan Pradhana, 2023). Secara singkat e-commerce adalah segala bentuk aktivitas transaksi jual beli barang ataupun jasa dengan menggunakan media elektronik. E-commerce membuat hidup lebih sederhana bagi pelanggan dengan memungkinkan mereka untuk mencari produk yang mereka inginkan, dengan harga yang mereka inginkan, dari merek yang mereka inginkan, dan dengan atribut, semua dalam batas-batas aplikasi tunggal, daripada mengharuskan mereka untuk membuka beberapa aplikasi yang berbeda. Ini mendorong perkembangan e-commerce dan memastikan bahwa masyarakat akan terus menggunakannya.

Salah satu *e-commerce* yang paling banyak dikunjungi oleh Masyarakat adalah Shopee, di mana mampu menawarkan solusi untuk masalah bagaimana menghadirkan produk baru ke banyak calon pelanggan. Karena pengguna Shopee berasal dari seluruh kawasan Asia Tenggara, pasar yang disediakan Shopee memungkinkan para pelaku usaha untuk menembus pasar ekspor. Transaksi Shopee membantu pemerintah memenuhi tujuannya untuk mendorong pertumbuhan usaha kecil, mikro dan menengah (UMKM) yang mampu bersaing di pasar internasional.

Berdasarkan permasalahan diatas, kami melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat khususnya kepada pelaku UMKM di Desa Sagara dalam bentuk pelatihan *digital marketing* melalui *e-commerce* Shopee, dengan harapan pelaku UMKM memiliki pengetahuan dan dapat memanfaatkan Shopee untuk mengembangkan usahanya.

## METODE

Adapun metode dan tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dilihat dalam gambar 1.



**Gambar 1. Metode dan Tahapan Pengabdian Kepada Masyarakat**

Metode pelaksanaan diawali dengan menganalisa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Desa Ujungjaya Kabupaten Sumedang. Kemudian dari permasalahan tersebut dirumuskan solusi dengan memberikan 2 (dua) macam pelatihan yaitu: 1). Pelatihan konsep pemasaran digital, 2). pelatihan pembuatan akun dan toko Shopee. Dari kedua pelatihan tersebut diyakini akan memberikan solusi konkrit serta tepat sasaran dalam meningkatkan pemahaman serta kemampuan pemasaran digital pelaku UMKM. Kemudian dari hasil pelatihan tersebut, pelaku UMKM akan didampingi serta dilakukan monitoring atas keberhasilan pembuatan toko Shopee.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan kepada 39 pelaku UMKM di Desa Sagara. Adapun tujuan dan fokus kegiatan PKM yaitu untuk memberikan pelatihan *digital marketing* dalam upaya meningkatkan penjualan produk UMKM. Kegiatan ini akan dibagi menjadi dua tahap yaitu penyuluhan konsep *digital marketing*, penyuluhan manfaat e-commerce shopee, serta pelatihan mengelola akun Shopee.



**Gambar 1. Kegiatan Pelatihan**

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dijabarkan pada tabel 1.

**Tabel 1.** Hasil Kegiatan PKM

| Kegiatan                                   | Target<br>(Indikator Kegiatan)                                                                              | Hasil Kegiatan                                                                                                                             |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Penyuluhan konsep <i>digital marketing</i> | 80% pelaku UMKM mampu mengetahui dan memahami manfaat serta pentingnya menggunakan <i>digital marketing</i> | 85 pelaku UMKM dapat memahami pentingnya <i>digital marketing</i> , manfaat <i>digital marketing</i> , serta kelebihan dan kekurangan dari |

|                                 |                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Penyuluhan konsep e-Commerce    | 80% pelaku UMKM mampu mengetahui dan memahami manfaat serta pentingnya menggunakan e-Commerce untuk memasarkan produknya | <i>digital marketing</i><br>85% pelaku UMKM memahami pentingnya platform e-Commerce terutama Shopee sebagai media memasarkan produknya. Kondisi ini terlihat bahwa semua pelaku UMKM sudah mempunyai akun Shopee.                                                                            |
| Pelatihan Mengelola Akun Shopee | 75% pelaku UMKM mampu membuat dan mengelola akun atau Toko Shopee                                                        | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 80% pelaku UMKM berhasil membuat akun dan Toko di Shopee.</li> <li>2. Dapat mengetahui cara mengunggah foto serta spesifikasi produk yang akan dijual melalui Shopee.</li> <li>3. Mengetahui cara memanfaatkan fitur yang ada di Shopee</li> </ol> |

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu para pelaku UMKM di Desa Sagara supaya memiliki pengetahuan dan dapat memanfaatkan e-commerce Shopee untuk meningkatkan penjualan produknya. Berdasarkan hasil yang diperoleh, setelah mengikuti workshop ini para pelaku UMKM dapat memahami manfaat dan pentingnya strategi *digital marketing* melalui e-Commerce sebagai sarana pemasaran produknya. Setelah diberikan pendampingan, pelaku UMKM juga mampu membuat dan mengelola akun Toko Shopee dengan baik seperti mampu mengunggah foto dan deskripsi produk, penetapan harga produk, serta mengetahui pemanfaatan fitur lain dalam Shopee. Selain itu, Respon/tanggapan dari peserta seminar e-commerce ini sangat baik, mereka sangat antusias mengikuti kegiatan tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 2 (6), 233-247. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.512>
- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)*, 11(1), 92–101. doi: 10.20961/SEMAR.V11I1.57610.
- Awaludin, D. T., Kushariyadi, Mardiah, A., Nilowardono, S., & Sattar. (2024). Pelatihan Digital Marketing bagi UMKM untuk Meningkatkan Penjualan di Era Ekonomi Digital. *JIPITI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 73-78. <https://jipiti.technolabs.co.id/index.php/pkm/article/view/25>
- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., Heriyanto, & Saputra, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34–39. doi: 10.25008/ABDIFORMATIKA.V2I1.147
- Rusdiana, A., Suparto, L., & Sri Silvia Pamuji, R. (2024). Digitalisasi UMKM Desa Ujungjaya Melalui e-Commerce Shopee. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 2102–2107. <https://doi.org/10.31949/jb.v5i3.9568>