

Pelatihan Sistem Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Digital bagi Pelaku Usaha UMKM di Cianjur

Ai Musrifah^{1*}, Isma Masrofah², Sutono³, Salman Fauzi⁴, Fauzi Afrizal⁵, Siti Shafira. M⁶

^{1, 2, 3} Dosen Fakultas Teknik, Universitas Suryakencana Cianjur, Indonesia

^{4, 5, 6} Mahasiswa Fakultas Teknik, Universitas Suryakencana Cianjur, Indonesia

Email: ¹aimusrifah@unsur.ac.id, ²ismamasrofah@unsur.ac.id, ³Sutono@unsur.ac.id

*e-mail korespondensi: aimusrifah@unsur.ac.id

Abstract

This community service activity was carried out in collaboration with the Bumi Cianjur Cooperative. The Bumi Cianjur Cooperative is institution that houses members of the MSME group in Cianjur. This community service activity began with the problem faced by partners, namely limited knowledge about the use of digital platforms to increase the marketing of their MSME products. In addition, many MSMEs have limited budgets for marketing activities, so they have difficulty utilizing effective digital marketing strategies, such as paid advertising on social media or search engine optimization (SEO), and marketing through social media requires consistency and creativity in creating attractive content. MSMEs often struggle to produce quality content regularly, due to limited resources and time, while digitalization technology is increasingly developing. Bumi Cianjur MSMEs are not yet accustomed to using social media, websites, or other digital marketing tools that can increase market reach. A possible solution to this partner's problem is to provide ongoing training on the use of digital tools and marketing strategies on social media, websites, and other digital platforms. As a result of this activity, almost all MSME members learned how to create engaging content, manage social media, and analyze marketing data to make better decisions using Artificial Intelligence. Direct mentoring can also help MSMEs more easily adopt technology.

Keywords: Digital Marketing; Social Media; Digital Platforms

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan bekerja sama dengan Koperasi Bumi Cianjur. Koperasi Bumi Cianjur adalah lembaga yang menaungi anggota kelompok UMKM di Cianjur. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, yaitu pengetahuan yang terbatas tentang penggunaan platform digital untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM mereka. Selain itu, banyak UMKM yang memiliki anggaran terbatas untuk kegiatan pemasaran, sehingga mereka kesulitan memanfaatkan strategi pemasaran digital yang efektif, seperti iklan berbayar di media sosial atau optimisasi mesin pencari (SEO), dan pemasaran melalui media sosial memerlukan konsistensi dan kreativitas dalam menciptakan konten yang menarik. UMKM sering kali kesulitan untuk memproduksi konten berkualitas secara rutin, karena keterbatasan sumber daya dan waktu, sementara teknologi digitalisasi semakin berkembang. UMKM Bumi Cianjur belum terbiasa menggunakan media sosial, situs web, atau alat pemasaran digital lainnya yang dapat meningkatkan jangkauan pasar. Salah satu solusi yang mungkin untuk masalah mitra ini adalah memberikan pelatihan berkelanjutan tentang penggunaan alat digital dan strategi pemasaran di media sosial, situs web, dan platform digital lainnya. Sebagai hasil dari kegiatan ini, hampir semua anggota UMKM belajar bagaimana cara membuat konten yang menarik, mengelola media sosial, dan menganalisis data pemasaran untuk membuat keputusan yang lebih baik dengan menggunakan Kecerdasan Buatan. Pendampingan langsung juga dapat membantu UMKM lebih mudah mengadopsi teknologi.

Kata Kunci: Pemasaran Digital; Media Sosial; Platform Digital

Accepted: 2025-11-05

Published: 2026-03-10

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, pemasaran menjadi salah satu faktor kunci dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Banyak pelaku UMKM yang masih mengalami kesulitan dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan kinerja pemasaran mereka. Koperasi Bumi Cianjur, sebagai lembaga yang menaungi anggota kelompok UMKM di Cianjur, berperan penting dalam mendukung pengembangan usaha ini. Anggota koperasi ini

berasal dari wilayah Kecamatan Karangtengan dan Bojong, yang berlokasi di Jalan Raya Bandung Bojong, Cianjur.



Gambar 1. (a) Photo Pengesahan Koperasi Bumi Cianjur (b) Photo Kegiatan aktivitas Anggota UMKM Bumi Cianjur

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan kinerja pemasaran secara digital. Melalui penerapan sistem informasi berbasis teknologi, diharapkan pelaku UMKM dapat memanfaatkan berbagai platform digital untuk meningkatkan pemasaran dan daya saing produk mereka. Pelatihan ini mencakup penggunaan media sosial, e-commerce, AI serta alat pemasaran digital lainnya yang relevan dengan kebutuhan UMKM saat ini.

Banyak pemilik UMKM yang kurang memiliki pengetahuan tentang pemasaran digital dan masih mengandalkan metode pemasaran tradisional. Proses pembelajaran mencakup branding, desain logo, dan strategi pemasaran yang efisien. Program ini melibatkan otoritas lokal dan para ahli untuk memastikan pelaksanaan yang efektif (Arisetyawan K., dkk., 2023).

Menurut Syafei, M. Y., (2025) melalui implementasi kegiatan pendampingan penggunaan sistem informasi dapat meningkatkan kinerja pemasaran digital UMKM dalam program pembinaan dan peningkatan akses pasar dan penjualan yang lebih baik.

Program sosialisasi dan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan pemanfaatan pemasaran digital dan pembukuan sederhana bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Program ini diterima dengan baik, dengan peserta menunjukkan antusiasme dan secara aktif terlibat dalam diskusi. Program ini membantu UMKM memahami pentingnya pemasaran digital dan pembukuan, memungkinkan mereka untuk memperluas bisnis mereka di luar pasar lokal (Sucipto H., et al., 2022).

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra koperasi mencakup kurangnya pengetahuan tentang penggunaan alat dan platform digital, kesulitan dalam mengakses teknologi yang memadai, serta keterbatasan anggaran untuk kegiatan pemasaran. Oleh karena itu, solusi yang diusulkan adalah memberikan pelatihan berkelanjutan tentang penggunaan alat digital dan strategi pemasaran di media sosial, website, dan platform digital lainnya. Dengan pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat mengoptimalkan potensi pemasaran digital dan meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang semakin kompetitif.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah wawancara, survei, dan pelatihan. Kegiatan ini terbagi dalam beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan: Membentuk tim yang terdiri dari dosen dan mahasiswa, serta menyusun rencana proyek yang mencakup tujuan, ruang lingkup, jadwal, dan anggaran.
2. Tahap Analisis Kebutuhan: Melakukan wawancara dan survei dengan Ketua Koperasi Bumi Cianjur dan pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan dalam pemasaran digital.

3. Tahap Pelaksanaan: Memberikan pelatihan yang berkelanjutan tentang penggunaan alat digital dan strategi pemasaran di media sosial, website, dan platform digital lainnya.

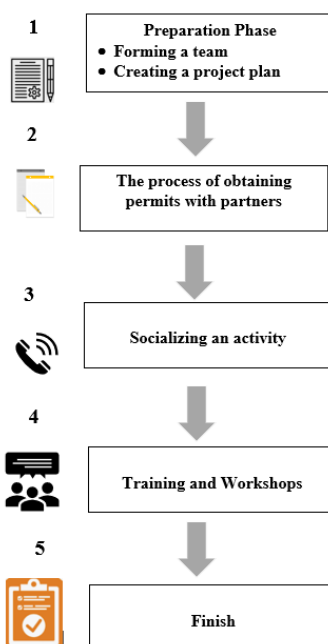
Sampel dalam pengabdian ini adalah anggota Koperasi Bumi Cianjur yang merupakan pelaku UMKM. Sebanyak 85% dari anggota UMKM belum memahami konsep dasar pemasaran digital, dan 75% belum pernah menggunakan platform digital seperti media sosial atau Canva dalam memasarkan produk mereka.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi kuesioner untuk mengukur pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan, serta alat bantu presentasi dan praktik seperti Canva untuk desain konten promosi.

Pelatihan dilakukan dalam bentuk presentasi interaktif dan workshop praktik langsung. Peserta diajarkan tentang konsep dasar digital marketing, strategi penggunaan media sosial, pengenalan dan praktik penggunaan Canva, serta tips branding dan copywriting sederhana.

Data yang diperoleh dari pre-test dan post-test dianalisis untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta. Evaluasi kualitatif dan kuantitatif dilakukan melalui observasi dan kuesioner kepuasan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema "Implementasi pelatihan sistem teknologi informasi untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Digital bagi Pelaku Usaha UMKM di Cianjur" telah berlangsung dengan baik. Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian dapat dilihat pada diagram berikut:



Gambar 2. Tahapan Pengabdian kepada Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik sangat efektif dalam meningkatkan literasi digital pelaku UMKM. Pemilihan metode yang relevan (presentasi, diskusi, dan praktik langsung) menjadi kunci keberhasilan kegiatan. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Setiawan (2021), yang menyatakan bahwa pelatihan digital marketing berbasis aplikasi visual seperti Canva mampu meningkatkan kemampuan promosi digital UMKM secara signifikan. Hasil dari proses pelaksanaan yang dilakukan antara lain:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, tim pelaksana berhasil menyusun rencana pengabdian yang mencakup tujuan, ruang lingkup, jadwal, dan anggaran. Rencana ini dilakukan dengan mitra koperasi Bumi Cianjur dan menghasilkan MoU yang ditandatangani oleh ketua koperasi.

2. Tahap Analisis Kebutuhan

Hasil wawancara dan survei menunjukkan bahwa 85% anggota UMKM belum memahami konsep dasar pemasaran digital, dan 75% belum pernah menggunakan platform digital. Temuan ini memperkuat urgensi pelatihan yang diberikan.

3. Pelaksanaan Pelatihan dan Workshop Praktik Langsung

Pelatihan diberikan dalam bentuk presentasi interaktif mengenai konsep dasar digital marketing, strategi penggunaan media sosial, pengenalan dan praktik penggunaan Canva, serta tips *branding* dan *copywriting*. Seluruh peserta menunjukkan antusiasme tinggi, dan berdasarkan pre-test dan post-test, terdapat peningkatan pemahaman rata-rata sebesar 42%. Sebanyak 85% peserta berhasil membuat minimal satu konten promosi yang layak dipublikasikan.



Gambar 3. Photo Kegiatan Pelatihan dan Wokshop Bersama Anggota Koperasi UMKM Bumi Cianjur

Namun, terdapat beberapa tantangan yang muncul, seperti ketimpangan kemampuan teknologi antar peserta, keterbatasan akses internet di beberapa lokasi, dan kurangnya perangkat pendukung. Meskipun demikian, penggunaan smartphone sebagai alat utama pelatihan telah berhasil mengatasi sebagian besar kendala tersebut.

Evaluasi menunjukkan bahwa 95% peserta merasa pelatihan ini sangat bermanfaat, dan 70% peserta menyatakan akan menerapkan strategi digital marketing dalam bisnis mereka ke

depannya. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pertumbuhan UMKM.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah bahwa pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan media digital sebagai alat pemasaran yang efektif. Sebanyak 85% peserta berhasil membuat konten promosi yang layak dipublikasikan, dan 95% peserta merasa pelatihan ini sangat bermanfaat. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi UMKM di Cianjur.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisetyawan K., et al. (2023). Sosialisasi Digital Marketing UMKM dalam Optimalisasi Potensi Ekonomi Desa, *International Journal of Community Service Learning*, vol. 7, no. 2, pp. 239–247, doi: 10.23887/ijcsl.v7i2.56878.
- Syafei, M. Y., Wahdiniwaty, R., Musrifah, A., & Umiyati, H. (2025). Implementasi Sistem Informasi Pembinaan UMKM Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Digital di Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Kabupaten Cianjur . *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 610–621. <https://doi.org/10.31949/jb.v6i1.12145>
- Setiawan, A. (2021). Pengaruh Pelatihan Digital Marketing terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 45-60.
- Sucipto, H., & Bakti, D. S. (2022). Sosialisasi Pemanfaatan Digital Marketing Dan Pembukuan Sederhana Dalam Upaya Peningkatan Umkm Desa Karang. *SNEB : Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Dewantara*, 4(1), 21–24. <https://doi.org/10.26533/sneb.v4i1.998>
- Zamri, M., Sari, R., & Samrin, A. (2024). Strategi Digital Marketing untuk Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 123-135.
- Sari, R., & Samrin, A. (2023). Pengaruh Pelatihan terhadap Pertumbuhan UMKM. *Jurnal Pembangunan Ekonomi*, 10(3), 78-90.