

## SOSIALISASI DAN EDUKASI DIGITAL MARKETING UNTUK OMZET PENJUALAN UMKM WILAYAH BUARAN INDAH MENINGKAT DRASTIS

Syifa Fadhilah Hamid<sup>1\*</sup>, Nisa Nurjannah Kurniaty<sup>2</sup>, Adji Kurniawan<sup>3</sup>, Okta Yusalfa Awallia<sup>4</sup>, Abdul Rouf<sup>5</sup>, Faizah Yasa<sup>6</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Islam Syekh-Yusuf, Tangerang, Banten, Indonesia

<sup>3</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Syekh-Yusuf, Tangerang, Banten, Indonesia

<sup>4,5</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Islam Syekh-Yusuf, Tangerang, Banten, Indonesia

<sup>6</sup> Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Syekh-Yusuf, Tangerang, Banten, Indonesia

[syifadhilah@unis.ac.id](mailto:syifadhilah@unis.ac.id)

### Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan omzet penjualan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Wilayah Buaran Indah melalui sosialisasi dan edukasi mengenai Digital Marketing. Dalam era digital ini, pemasaran online telah menjadi komponen penting bagi kesuksesan bisnis. Namun, masih banyak UMKM di Wilayah Buaran Indah yang belum memanfaatkan potensi pemasaran digital secara optimal. Penelitian ini akan mengimplementasikan berbagai strategi digital marketing, termasuk media sosial, periklanan online, dan teknik optimisasi mesin pencari (SEO) seperti Google Maps dan aplikasi Grabfood, untuk membantu UMKM meningkatkan visibilitas mereka di dunia maya. Selain itu, kami juga akan memberikan pelatihan kepada pemilik UMKM tentang penggunaan alat-alat digital marketing dan manfaatnya. Metode penelitian yang digunakan adalah *Participatory Learning and Action* (PLA) yang melibatkan survei, pelatihan, dan pemantauan dampak implementasi strategi digital marketing. Hasil yang diharapkan adalah peningkatan signifikan dalam omzet penjualan UMKM di Wilayah Buaran Indah. Dengan adanya sosialisasi dan edukasi digital marketing, UMKM akan dapat bersaing secara lebih efektif di pasar yang semakin kompetitif dan dinamis.

**Kata kunci:** *Digital Marketing, Penjualan UMKM, Sosialisasi, Edukasi*

### Abstract

**[Title: *Digital Marketing Socialization and Education for Drastically Increasing Sales Turnover of MSMEs in the Buaran Indah area*]**

*This community service aims to increase the sales turnover of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the Buaran Indah area through outreach and education regarding Digital Marketing. In this digital era, online marketing has become an important component for business success. However, there are still many MSMEs in the Buaran Indah region that have not utilized the potential of digital marketing optimally. This research will implement various digital*

## WAHANA DEDIKASI

*marketing strategies, including social media, online advertising, and search engine optimization (SEO) techniques such as Google Maps and the Grabfood application, to help MSMEs increase their visibility in cyberspace. Apart from that, we will also provide training to MSME owners about the use of digital marketing tools and their benefits. The research method used is Participatory Learning and Action (PLA) which involves surveys, training and monitoring the impact of implementing digital marketing strategies. The expected result is a significant increase in the sales turnover of MSMEs in the Buaran Indah Region. With digital marketing outreach and education, MSMEs will be able to compete more effectively in an increasingly competitive and dynamic market.*

**Keywords:** Digital Marketing, MSME sales, Socialization, Education

Artikel Disubmit : 15-09-2023 disetujui tanggal:25-09-2023 Dipublikasikan: 21-10-2023

Corresponden Author: Syifa Fadhilah Hamid e-mail: syifadilah@unis.ac.id

DOI: <http://dx.doi.org/10.31851/dedikasi.v6i2.13121> 

### PENDAHULUAN

Di era teknologi dan pemasaran tradisional internet secara bertahap kehilangan efektivitasnya, sebagai alternatif, pemasaran digital menjadi tren yang tak terhindarkan untuk mendekati pelanggan dari segala bidang. Saat ini konsumen juga mulai menyesuaikan diri dengan konsumsi online. Oleh karena itu, organisasi memerlukan strategi untuk merespon perilaku konsumen dengan benar melalui perangkat online (Tien, et al., 2020). Pemasaran digital sebagai lengan yang kuat berkembang sangat cepat karena biayanya yang rendah, interaksi yang kuat, dan kemampuan menjangkau pelanggan potensial.

Memanfaatkan internet dan teknologi digital seperti Ponsel, Situs Web, Aplikasi, Komputer, platform Media Sosial, dan platform lainnya untuk mempromosikan layanan dan produk disebut Digital Marketing (Ayush & Gowda, 2020). Dengan memanfaatkan platform digital dan media pemasaran digital memungkinkan organisasi untuk

mengatasi hambatan geografis dan mendekati pelanggan potensial. Dengan digital marketing orang dapat membeli barang apa saja, membayar tagihan, mentransfer uang, dan membandingkan barang tanpa kehadiran fisik (Kumar, 2020).

Kuliah Kerja Kemasyarakatan (KKK) adalah suatu kegiatan intrakurikuler yang memadukan pelaksanaan tri dharma perguruan tinggi (pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat) dengan cara memberikan kepada mahasiswa pengalaman belajar dan bekerja dalam kegiatan pembangunan masyarakat sebagai wahana penerapan dan pengembangan ilmu dan teknologi yang dilaksanakan di luar kampus dalam waktu mekanisme kerja dan teknologi persyaratan tertentu. Dalam hal ini yang menjadi sasaran utama KKK adalah RW 03 Buaran Indah.

Dalam era digital saat ini, pelaku UMKM akan membutuhkan teknologi informasi yang tepat untuk bisa tumbuh berkembang dan bersaing di era digital saat ini. Pelaku

## WAHANA DEDIKASI

UMKM menemui kesulitan untuk mendapatkan solusi teknologi informasi yang tepat karena pelaku UMKM tidak memiliki staf khusus yang ahli dalam bidang teknologi informasi yang dinamis. Kendala lain, yakni banyaknya ragam produk teknologi, membuat pelaku UMKM bingung memilih solusi yang pas. Oleh sebab itu para pelaku UMKM membutuhkan panduan dalam memilih teknologi informasi yang tepat sesuai jenis usaha dan kebutuhannya.

Usaha mikro kecil Menengah memegang peran besar dalam peningkatan perekonomian Indonesia. UMKM dianggap sebagai salah satu cara yang efektif dalam pengentasan kemiskinan. UMKM dapat menciptakan peluang kerja bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga membantu mengurangi pengangguran. Selain pentingnya UMKM untuk bisa menyusun anggaran penjualan dan anggaran produksi sebagai alat perencanaan dan pengendalian usaha mereka (Tjandrakirana et al., 2023), para UMKM juga perlu memaksimalkan potensi usaha mereka dengan penggunaan teknologi digital.

Salah satu daerah yang memiliki UMKM yang potensial ada di kota Tangerang yakni salah satunya di Kelurahan Buaran Indah. Di Buaran Indah sendiri masih menyisakan banyak permasalahan. Permasalahan tersebut diantaranya adalah: rendahnya kualitas SDM, kurangnya inovasi, akses permodalan rendah dan minimnya pendampingan. Pendekatan yang akan diterapkan dalam program pendampingan kewirausahaan bagi UMKM diantaranya adalah sosialisasi,

pelatihan dan pembimbingan serta pendampingan teknis usaha.

Dengan adanya Digitalisasi UMKM ini bertujuan agar usaha-usaha tersebut dapat maju dan berkembang tidak hanya dari segi penjualan barang dan jasa, tapi lebih kepada pemanfaatan teknologi. Dengan adanya digitalisasi bisnis, para pelaku bisnis tingkat kecil, menengah, dan mikro diharapkan dapat sangat terbantu, dikarenakan kini mayoritas masyarakat Indonesia telah melibatkan internet sebagai alat perantara pemenuhan demand nya, seperti mencari lokasi UMKM via Online Maps hingga penjualan via pihak ke-3 yang berbasis online seperti Grab, Gojek, dsb.

### BAHAN DAN METODE

Tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian adalah di Kelurahan Buaran Indah RW 03, Kota Tangerang, Provinsi Banten. Kegiatan pengabdian tersebut menggunakan metode yang diterapkan untuk mencapai pemecahan permasalahan dengan metode sistem tindakan dan pembelajaran yang partisipatif yang dikenal sebagai metode PLA (*Participatory Learning and Action*). Metode pemberdayaan masyarakat ini dikembangkan oleh Linda Mayoux tahun 2000-an (Silmi, 2017). Dengan metode PLA, proses dan evaluasi dilaksanakan secara partisipatif. PLA merupakan bentuk baru dari metode pemberdayaan masyarakat yang dahulu dikenal sebagai “*learning by doing*” atau belajar sambil bekerja.

Secara singkat, PLA merupakan metode pemberdayaan masyarakat yang terdiri dari proses belajar tentang suatu topik, pengolahan, pemeliharaan, dan lain sebagainya

## WAHANA DEDIKASI

setelah itu diikuti aksi atau kegiatan real yang relevan dengan materi pemberdayaan masyarakat tersebut (Mardikanto, 2013 pada Sukoco, 2019).

Berdasarkan pemaparan permasalahan diatas, solusi yang dapat ditawarkan adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi seminar pentingnya penggunaan teknologi di Era Revolusi Industri 4.0 dalam persaingan bisnis yang mereka jalani.
2. Sosialisasi teknik pemasaran produk UMKM melalui media elektronik oleh pelaku UMKM di RW 03 Buaran Indah.
3. Pembimbingan masyarakat untuk memasang produk menggunakan google maps.
4. Mendampingi masyarakat dalam mengimplementasikan digitalisasi UMKM tersebut, seperti google maps.

Teknis dalam pendampingan digitalisasi UMKM, kegiatan dilaksanakan dengan model pendampingan selama 3 pertemuan. Pendampingan 1 dengan menanyakan kepada masyarakat apakah sudah berhasil dalam menggunakan digitalisasi di usaha mereka atau apakah ada kendala. Pendampingan 2 dan 3 jika ada kendala kami akan membantu pelaku usaha dalam proses penggunaan aplikasi Google Maps.

### Diagram Alir

**Proses:** untuk mengetahui adanya permasalahan yang terjadi di lingkungan sekitar Buaran Indah

dengan mencari solusi permasalahan tersebut diadakannya observasi.

**Partisipan:** Masyarakat UMKM di sekitar buaran indah

**Respon:** Masyarakat di sekitar Buaran Indah mengikuti seminar UMKM mengenai “sosialisasi dan edukasi digital marketing untuk omzet penjualan umkm yang drastis.”

**Hasil:** Penjualan UMKM masyarakat di Buaran Indah meningkat setelah mengikuti seminar dan mengaplikasikan Google Maps dalam usaha mereka.

### Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengamatan. Pengamatan Ini dilakukan terhadap masyarakat UMKM di sekitar Buaran Indah yang ikut serta dalam kegiatan sosialisasi UMKM.
2. Kuesioner, adalah instrument yang dilakukan dengan cara menyebarkan pernyataan atau angket-angket yang diberikan kepada responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini.
3. Pembimbingan, masyarakat untuk memasang produk menggunakan google maps, dan juga beberapa aplikasi lainnya seperti gofood, grabfood.
4. Pendampingan, tujuan dengan adanya pendampingan ini agar Masyarakat Buaran Indah dapat mengimplementasikan digitalisasi UMKM tersebut,

## WAHANA DEDIKASI

seperti penggunaan Google Maps, Gofood, dan Grabfood.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil yang telah di dapat melalui hasil observasi, kuesioner, seminar, pembimbingan, dan pendampingan dengan para informan yang merupakan UMKM di Buaran Indah. Perkembangan teknologi membuat para UMKM perlu menyesuaikan diri terutama dalam proses pemasaran. Pemasaran melalui digital dengan memanfaatkan Google Maps untuk memudahkan para pelaku UMKM untuk meningkatkan hasil penjualan.

### Ruang Lingkup

Aktivitas lapangan oleh Mahasiswa inter disiplin yang terbagi kedalam kelompok-kelompok dengan supervisi oleh DPL (dosen pembimbing lapangan) selama 26 hari pada wilayah RW 03 Buaran Indah, kepada Lembaga Masyarakat, stakeholders, dengan metodologi: observasi lapangan, survey, interview, diskusi.

### Pelaksanaan Kegiatan

Sosialisasi digital marketing dilaksanakan dalam rangka kegiatan pengabdian kepada masyarakat terhadap UMKM di Buaran Indah, Kota Tangerang, yang bertujuan untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan penjualan dan mengetahui peran penting digital marketing di era saat ini. Tahapan kegiatan sosialisasi digital marketing meliputi observasi, kuesioner, seminar, pembimbingan, pendampingan.

Kegiatan tersebut dilakukan dengan target utama adalah warga

setempat pelaku UMKM di sekitar Buaran Indah Tangerang. Oleh karena itu, untuk memecahkan permasalahan di atas, maka dilakukan hal-hal berikut:

- Sosialisasi atau pemberitahuan mengenai kegiatan pengaplikasian digital marketing kepada warga Buaran Indah yang berkenaan hadir untuk mengikuti kegiatan tersebut.
- Berikut adalah jadwal kegiatan

No.	Kegiatan	Minggu			
		1	2	3	4
1.	Survey lokasi UMKM	√			
2.	Sosialisasi Masyarakat		√		
3.	Pelatihan Seminar UMKM			√	
4.	Pembimbingan serta Pendampingan Teknis Usaha			√	√

- Kegiatan seminar tersebut dilakukan pada Senin, 22 Agustus 2022. Adapun tempat pelaksanaan kegiatan tersebut di Kelurahan Buaran Indah Kota Tangerang, Provinsi Banten, Indonesia.



## WAHANA DEDIKASI



Gambar 1. Para Pemateri acara Seminar UMKM

Kegiatan seminar dibawakan oleh dua orang Narasumber yang memiliki keahlian dalam bidang Digitalisasi UMKM. Satu narasumber adalah seorang dosen Ilmu Komunikasi Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang yang memiliki keahlian dalam komunikasi digital terkait penjualan. Sedangkan narasumber yang kedua adalah pelaku UMKM asal Kota Tangerang yang berhasil mengembangkan usahanya pada tingkat nasional. Keduanya membawakan materi terkait peningkatan omzet UMKM melalui digitalisasi pada era teknologi dan juga tips berikut trik dalam meningkatkan omzet secara drastis melalui penggunaan teknologi informasi. Hal tersebut juga didukung oleh beberapa kegiatan atau penelitian terdahulu yang juga mendukung adanya sosialisasi digital marketing dalam peningkatan UMKM di daerah tertentu (Anggraeni et al., 2022; Taufiqurrahman & Sumadi, 2023)



Gambar 2. Foto Bersama Pelaku UMKM

Peserta seminar UMKM dihadiri oleh 15 orang pelaku usaha di sekitar kelurahan Buaran Indah, Kota Tangerang. Mereka sangat antusias dalam mengikuti rangkaian acara seminar tersebut.

- Teknis dalam pendampingan digitalisasi UMKM, kegiatan dilaksanakan dengan model pendampingan selama 3 pertemuan. Pendampingan 1 dengan menanyakan kepada masyarakat apakah sudah berhasil dalam menggunakan digitalisasi di usaha mereka atau apakah ada kendala. Pendampingan 2 dan 3 jika ada kendala kami akan membantu pelaku usaha dalam proses penggunaan aplikasi Google Maps.



Gambar 3. Bersama Pelaku UMKM saat proses pembimbingan dan Pendampingan

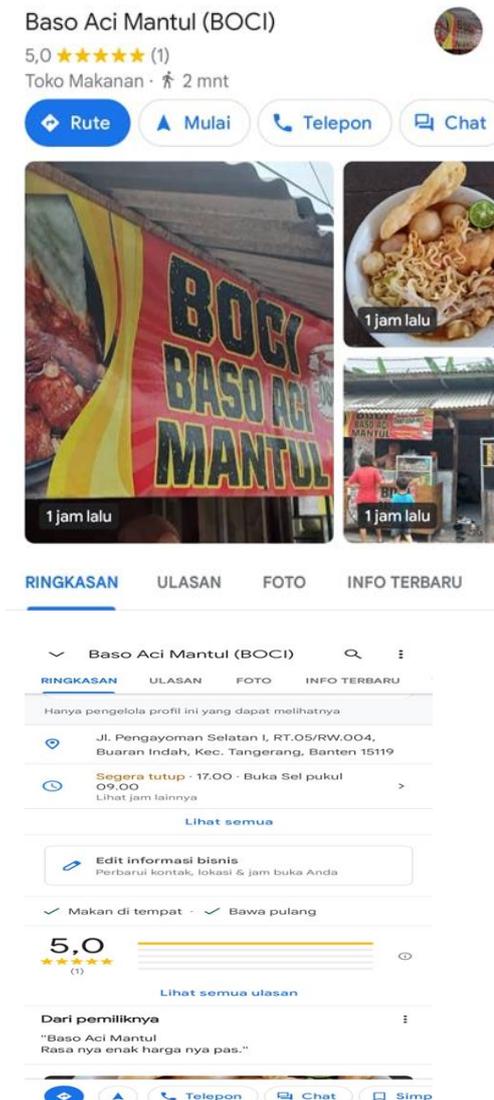
Saat setelah dilakukan seminar, kami memfasilitasi proses pembimbingan dan pendampingan untuk pelaku UMKM yang ingin dibantu usahanya dengan penggunaan digitalisasi yaitu penerapan aplikasi Google Maps.

- Hasil dari adanya pendampingan dan pembimbingan pelaku

## WAHANA DEDIKASI

UMKM menerapkan aplikasi Google Maps agar masyarakat mengetahui usaha tersebut sehingga meningkatkan penjualan usaha UMKM.

Di bawah ini adalah dokumentasi bukti kegiatannya.



Gambar 5: Hasil dari Pembimbingan dan Pendampingan

### KESIMPULAN

Adapun tujuan dari penelitian ini Dengan adanya Digital Marketing ini agar usaha-usaha tersebut dapat maju dan berkembang

tidak hanya dari segi penjualan barang dan jasa, tapi lebih kepada pemanfaatan teknologi. Metode yang diterapkan untuk mencapai pemecahan permasalahan ini adalah metode sistem tindakan dan pembelajaran yang partisipatif yang dikenal sebagai metode PLA (*Participatory Learning and Action*).

Pertama, Dengan diadakannya seminar digitalisasi marketing di Kecamatan Buaran Indah, dilanjutkan dengan adanya pembimbingan dan pendampingan kepada masyarakat UMKM dalam menggunakan Google Maps dinyatakan berhasil membantu meningkatkan penjualan mereka. Memanfaatkan internet dan teknologi digital seperti Ponsel, Situs Web, Aplikasi, Komputer, platform Media Sosial, dan platform lainnya untuk mempromosikan layanan dan produk disebut Digital Marketing.

Kuliah Kerja Kemasyarakatan (KKK) adalah suatu kegiatan intrakurikuler yang memadukan pelaksanaan tri dharma perguruan tinggi (pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat) dengan cara memberikan kepada mahasiswa pengalaman belajar dan bekerja dalam kegiatan pembangunan masyarakat sebagai wahana penerapan dan pengembangan ilmu dan teknologi yang dilaksanakan di luar kampus dalam waktu mekanisme kerja dan teknologi persyaratan tertentu.

Dalam era digital saat ini, pelaku UMKM akan membutuhkan teknologi informasi yang tepat untuk bisa tumbuh berkembang dan bersaing di era digital saat ini. Pelaku UMKM menemui kesulitan untuk mendapatkan solusi teknologi informasi yang tepat karena pelaku

## WAHANA DEDIKASI

UMKM tidak memiliki staf khusus yang ahli dalam bidang teknologi informasi yang dinamis. Pendekatan yang akan diterapkan dalam program pendampingan kewirausahaan bagi UMKM diantaranya adalah sosialisasi, pelatihan dan pembimbingan serta pendampingan teknis usaha.

Dengan adanya Digitalisasi UMKM ini bertujuan agar usaha-usaha tersebut dapat maju dan berkembang tidak hanya dari segi penjualan barang dan jasa, tapi lebih kepada pemanfaatan teknologi. Dengan adanya digitalisasi bisnis, para pelaku bisnis tingkat kecil, menengah, dan mikro diharapkan dapat sangat terbantu, dikarenakan kini mayoritas masyarakat Indonesia telah melibatkan internet sebagai alat perantara pemenuhan demand nya, seperti mencari lokasi UMKM via Online Maps hingga penjualan via pihak ke-3 yang berbasis online seperti Grab, Gojek, dsb.

Metode yang diterapkan untuk mencapai pemecahan permasalahan ini adalah metode sistem tindakan dan pembelajaran yang partisipatif yang dikenal sebagai metode PLA (*Participatory Learning and Action*). Secara singkat, PLA merupakan metode pemberdayaan masyarakat yang terdiri dari proses belajar tentang suatu topik, pengolahan, pemeliharaan, dan lain sebagainya setelah itu diikuti aksi atau kegiatan real yang relevan dengan materi pemberdayaan masyarakat tersebut (Mardikanto, 2013 pada Sukoco, 2019).

Masyarakat di sekitar Buaran Indah mengikuti seminar UMKM mengenai “sosialisasi dan edukasi digital marketing untuk omzet

penjualan umkm yang drastis.” Penjualan UMKM masyarakat di Buaran Indah meningkat setelah mengikuti seminar dan mengaplikasikan Google Maps dalam usaha mereka. Pengamatan ini dilakukan terhadap masyarakat UMKM di sekitar Buaran Indah yang ikut serta dalam kegiatan sosialisasi UMKM.

Berdasarkan hasil yang telah di dapat melalui hasil observasi, kuesioner, seminar, pembimbingan, dan pendampingan dengan para informan yang merupakan UMKM di Buaran Indah. Sosialisasi digital marketing dilaksanakan dalam rangka kegiatan pengabdian kepada masyarakat terhadap UMKM di Buaran Indah, Kota Tangerang, yang bertujuan untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan penjualan dan mengetahui peran penting digital marketing di era saat ini. Oleh karena itu, untuk memecahkan permasalahan di atas, maka dilakukan hal-hal berikut:

- Sosialisasi atau pemberitahuan mengenai kegiatan pengaplikasian digital marketing kepada warga Buaran Indah yang berkenaan hadir untuk mengikuti kegiatan tersebut.
- Hasil dari adanya pendampingan dan pembimbingan pelaku UMKM menerapkan aplikasi Google Maps agar masyarakat mengetahui usaha tersebut sehingga meningkatkan penjualan usaha UMKM.

## WAHANA DEDIKASI

### DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, P. N., Suryowati, E., & Aini, N. (2022). Sosialisasi Dan Pendampingan Digital Marketing Pada UMKM Desa Rejoslamet Mojowarno. *Wahana Dedikasi: Jurnal PkM Ilmu Kependidikan*, 5(1), 145. <https://doi.org/10.31851/dedikasi.v5i1.7737>
- Ayush, G. K., Gowda, R., & Rakshith Gowda, K. M. (2020). A study on the impact of covid-19 on digital marketing. *Vidyabharati International Interdisciplinary Research Journal*, 225-228.
- Kumar, R. (2020). Impact Of COVID-19 on Digital Marketing in India: Opportunity and Challenges. *International Journal of Multidisciplinary Educational Research*, 9(12), 7.
- Silmi, A. F. (2017). Participatory Learning and Action (PLA) di Desa Terpencil: Peran LSM Provinsi Yogyakarta dalam Pemberdayaan Masyarakat di Lubuk Bintialo Sumatra Selatan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan*, 1 (1), 83-102.
- Sukoco, J. B. (2019). Kapasitas Kelembagaan Dalam Pembinaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah di Kota Surakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 15-22.
- Taufiqurrahman, F., & Sumadi, S. (2023). Labelisasi Dan Digitalisasi Sobat UMKM Kediri sebagai Media Promosi dan Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di Kota Kediri. *Wahana Dedikasi: Jurnal PkM Ilmu Kependidikan*, 6(1), 123-132. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/dedikasi/article/view/11329>
- Tien, N. H., Ngoc, N. M., Anh, D. B. H., Huong, N. D., Huong, N. T. T., & Phuong, T. N. M. (2020). Development opportunities for digital marketing in post Covid-19 period in Vietnam. *Development*, 1 (5), 95-100.
- Tjandrakirana, R., Yulianita, A., Aspahani, & Abukosim. (2023). Pelatihan penyusunan anggaran penjualan dan anggaran produksi sebagai alat perencanaan dan pengendalian umkm di desa kerinjing. *Wahana Dedikasi: Jurnal PKM Ilmu Kependidikan*, 6(1), 25-32.