



**DHIGANA**

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

**DHIGANA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat**

**Bidang Ilmu Manajemen**

*Vol. 1, No. 2, November 2023 Hal 47-52*

Diterima: 27 November 2023 Dipublikasi: 30 November 2023

**Optimalisasi *Digital Marketing* untuk Pelaku UMKM di Kabupaten  
Tasikmalaya: Sebuah Upaya Pemberdayaan Masyarakat  
*Optimizing Digital Marketing for MSMEs in Tasikmalaya Regency: A  
Community Engagement Initiative***

**Juniar Alisa<sup>1\*</sup>, Prahita Sri Rahayuningrat<sup>2</sup>, Alfin Nur Fahmi M<sup>3</sup>.**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Siliwangi

Email: [juniaralisa@unsil.ac.id](mailto:juniaralisa@unsil.ac.id)<sup>1\*</sup>, [prahita.sri@unsil.ac.id](mailto:prahita.sri@unsil.ac.id)<sup>2</sup>, [alfinnfm@unsil.ac.id](mailto:alfinnfm@unsil.ac.id)<sup>3</sup>

**ABSTRAK**

Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan bimbingan teknik digital marketing kepada masyarakat yang kurang mengakses teknologi informasi dan memiliki usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Penelitian ini dilakukan melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan langsung kepada para pelaku UMKM dalam mengoptimalkan pemanfaatan media sosial, pembuatan konten digital, dan strategi pemasaran online lainnya. Hasil penelitian akan diukur berdasarkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, serta dampak terhadap perkembangan usaha mereka. Bimbingan teknis digital marketing ini melibatkan 65 pelaku UMKM.

**Kata Kunci:** *digital, marketing, UMKM, konten*

**ABSTRACT**

*This community service aims to provide guidance on digital marketing techniques to communities with limited access to information technology and have micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs). This study is conducted through training activities and direct assistance to MSMEs in optimizing the use of social media, creating digital content, and implementing other online marketing strategies. The results of this study will be measured based on the improvement of participants' knowledge and skills, as well as the impact on the development of their businesses. This digital marketing technical guidance involves 65 MSMEs.*

**Keywords:** *digital, marketing, MSMEs, content*

## **PENDAHULUAN**

Dewasa ini, Perkembangan teknologi informasi dan internet telah memberikan dampak signifikan pada dunia bisnis, khususnya dalam bidang pemasaran. Digital marketing atau pemasaran dijital menjadi salah satu strategi pemasaran yang semakin populer dan efektif dalam mencapai tujuan pemasaran UMKM. Digital marketing adalah pemasaran produk atau layanan menggunakan teknologi digital, terutama di Internet, tetapi juga termasuk telepon seluler, iklan bergambar, dan media digital lainnya (Desai, 2019). Pemasaran digital atau Digital Marketing merupakan cara pemasaran yang hemat biaya dan memiliki dampak komersial yang besar pada bisnis (Bala and Verma, 2018). Namun, meskipun digital marketing telah menjadi bagian penting dari strategi pemasaran, masih ada banyak tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengoptimalkan penggunaannya.

Salah satu tantangan utama adalah persaingan yang semakin ketat di dunia digital, dengan adanya banyak pesaing yang menawarkan produk atau layanan serupa. Semua ini menuntut keahlian yang mendalam dalam memahami tren konsumen, analisis data, dan strategi pemasaran yang relevan dalam rangka meningkatkan keefektifan digital marketing. Selain itu, pergeseran perilaku konsumen yang lebih suka berbelanja secara online juga menjadi faktor yang harus dipertimbangkan. ritel online

memberikan tekanan besar pada organisasi untuk melakukan semua hal pemasaran dengan baik, data menunjukkan bahwa beberapa elemen memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan elemen lainnya (Boyer and Hult, 2005).

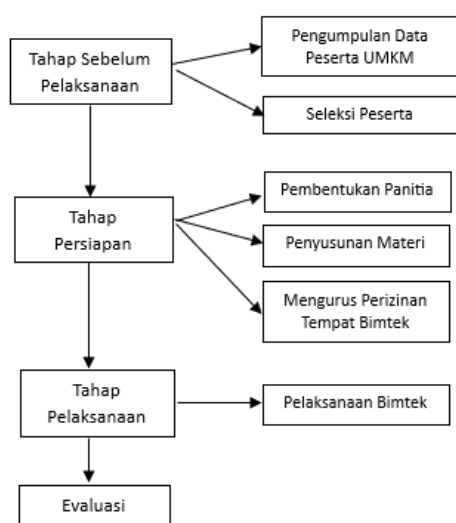
Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan digital marketing dan menganalisis dampaknya terhadap kepuasan konsumen dan kinerja UMKM. Pengabdian ini juga akan melibatkan survei dan analisis data dari sejumlah UMKM yang telah mengimplementasikan strategi digital marketing. Tujuan penelitian ini adalah memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana UMKM dapat mengoptimalkan penggunaan digital marketing dalam rangka mencapai keunggulan kompetitif.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan tentang digital marketing dan memberikan panduan praktis bagi para pelaku usaha maupun manajer pemasaran dalam mengembangkan teknologi digital marketing. Hasil penelitian ini juga dapat memberikan wawasan tentang bagaimana UMKM dapat memanfaatkan platform digital yang ada untuk meningkatkan kinerja bisnis dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik."

## **METODE**

Kegiatan utama yang dilakukan pada pengabdian

masyarakat ini adalah memberikan bimbingan teknis *digital marketing* kepada pelaku UMKM di Kabupaten Tasikmalaya. Bimbingan teknis ini meliputi pemberian materi pengantar konsep digital marketing, materi dan praktik pembuatan foto dan video produk. Berikut berbagai tahapan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Tahapan kegiatan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bimbingan teknis ini dilaksanakan pada tanggal 12 Juni 2023 pukul 08:00 – 15:00 yang berlokasi di Aula FEB Universitas Siliwangi Kota Tasikmalaya. Kegiatan ini diikuti oleh pelaku UMKM yang berdomisili di Kabupaten Tasikmalaya. Pelaksanaan kegiatan ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

### 1. Tahapan Sebelum Persiapan

Kegiatan dari tahapan ini adalah pengumpulan data peserta UMKM yang berdomisili di Kabupaten Tasikmalaya. Untuk

mendapatkan data pelaku UMKM, tim melakukan pengumpulan menggunakan *google form*. Tahap berikutnya adalah menyeleksi peserta UMKM. Dari 300 pelaku UMKM dari 39 kecamatan, hanya 65 pelaku UMKM yang dapat mengikuti kegiatan ini berdasarkan kelengkapan legalistas/ijin usaha seperti memiliki SKU, IUMK, NIB, NPWP, dan PIRT.

### 2. Tahapan Persiapan

Tahapan ini diawali dengan pembentukan panitia seperti jumlah anggota, peran dan tanggung jawab masing-masing anggota, dan pemilihan ketua panitia dengan menyusun rencana kerja.

Berikutnya penyusunan materi yang dibuat berdasarkan hasil data yang didapatkan dari *google form* bahwa permasalahan yang terjadi pada pelaku UMKM di Kabupaten Tasikmalaya adalah kurangnya pemahaman tentang pemasaran secara online dan ingin menguasai bidang *digital marketing* karena selama ini mereka memasarkan produk secara *offline* seperti menawarkan ke teman maupun tetangga, bazaar, dropshipper, dan gerai sendiri. Pemasaran secara online hanya dilakukan melalui WhatsApp status, mayoritas dari mereka tidak menggunakan *marketplace* karena merasa belum cakap dalam mengoperasikannya.

Berdasarkan data yang diperoleh, mereka ingin

mempelajari *digital marketing* agar produk mereka seperti kerajinan tangan hingga makanan tradisional lebih dikenal baik lokal, regional, hingga internasional dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan tentunya dengan pemasaran yang menarik dan dapat diterima oleh seluruh lapisan masyarakat, maka dari itu solusi yang tepat adalah melaksanakan bimbingan teknis *digital marketing*. Materi yang akan diberikan yaitu konsep dasar digital marketing, materi untuk praktik foto produk, dan materi untuk praktik video produk. Selanjutnya panitia mengurus perizinan tempat pelaksanaan bimbingan teknis dan melakukan koordinasi dengan pihak terkait seperti bagian administrasi, keuangan, dan sarana. Panitia tidak hanya bertanggung jawab untuk mempersiapkan izin tempat, tetapi mereka juga mempersiapkan narasumber yang merupakan ahli kewirausahaan dari konsultan yang berpengalaman.

### 3. Tahapan Pelaksanaan

Berikut adalah rincian lengkap mengenai pelaksanaan kegiatan bimtek:

- a) Pembukaan dan sambutan
- b) Pelatihan mengenai *digital marketing* secara konsep  
Sebelum pelatihan dimulai, peserta diberikan seminar kit berupa alat penunjang untuk praktik membuat foto dan

video produk seperti kain, ringlight tripod, pulpen dan notebook. Seminar kit tersebut dapat dibawa oleh peserta tanpa dikenakan biaya.

Pada sesi ini, peserta akan mendapatkan penjelasan mengenai konsep digital marketing, termasuk tujuan dari mengunggah foto/video untuk keperluan pemasaran. Selain itu, narasumber memberikan contoh-contoh UMKM yang telah sukses menerapkan digital marketing melalui aspek-aspek seperti estetika, informasi, tata bahasa, kualitas konten, dan pengelolaan brand. Kemudian narasumber menjelaskan mengenai macam-macam wadah yang digunakan untuk melakukan *digital marketing*.



Gambar 2 Pelatihan *Digital Marketing* Secara Konsep

- c) Pelatihan membuat foto dan video produk (praktik)
  - 1) Praktik membuat foto produk  
Sebelum sesi praktik membuat foto produk, narasumber memberikan

penjelasan terlebih dahulu mengenai pentingnya foto produk bagi UMKM, konsep foto produk dan jenis-jenis foto produk, tips pengambilan foto produk, dan pengenalan aplikasi edit foto produk.

Kemudian narasumber mempersilahkan peserta untuk praktik membuat foto produk dengan menggunakan aplikasi Snapseed dan Canva serta alat penunjang yang telah diberikan.



Gambar 3. Praktik Foto Produk

## 2) Praktik membuat video produk

Sebelum praktik membuat video produk, narasumber memberikan konsep terlebih dahulu tentang proses pembuatan video mulai dari pengambilan video seperti pengaturan kamera dan cara

pengambilan gambar serta mengenalkan aplikasi untuk edit video. Kemudian peserta dipersilahkan untuk praktik membuat video produk dengan menggunakan aplikasi Capcut.



Gambar 4. Praktik Video Produk

## d) Sesi tanya jawab

Pada sesi ini, peserta diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan bila ada hal yang belum paham dan melakukan diskusi dengan peserta lainnya.

## 4. Evaluasi

Tahap evaluasi ini merupakan langkah penting untuk mengevaluasi keberhasilan acara dan mendapatkan umpan balik. Selain umpan balik dari peserta, penting juga untuk mengevaluasi materi dan narasumber. Setelah itu, panitia membuat laporan kegiatan yang memuat hasil evaluasi secara keseluruhan, perbaikan yang dapat dilakukan,

kelebihan dan kekurangan acara, dan rencana tindak lanjut untuk acara bimbingan teknis berikutnya.

Desai, V. (2019) 'Digital Marketing: A Review', *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)*, pp. 196–200.

## SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan ini adalah memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM di Kabupaten Tasikmalaya untuk mengoptimalkan pengetahuan dan keterampilan yang berkaitan dengan *digital marketing*. Peserta dapat memperoleh informasi dan pengetahuan mengenai wadah *digital marketing* hingga tata cara pembuatan foto dan video produk. Kegiatan bimbingan teknis ini diharapkan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dan dampak positif pada ekonomi lokal seperti menciptakan lapangan pekerjaan, peningkatan pendapatan, maupun pertumbuhan ekonomi Kabupaten Tasikmalaya.

## DAFTAR PUSTAKA

Bala, D.M. and Verma, M.D. (2018) 'A Critical Review of Digital Marketing', *International Journal of Management, IT & Engineering*, 8(10), pp. 321–339.

Boyer, K.K. and Hult, G.T.M. (2005) 'Customer Behavior in an Online Ordering Application: A Decision Scoring Model\*', *Decision Sciences*, 36(4), pp. 569–598. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1540-5414.2005.00103.x>.