



Peran Penting Digital Marketing dalam Pertumbuhan UMKM

The Important Role of Digital Marketing in the Growth of UMKM

Muhammad Rizky^{1*}, Rafli Alhafizh², Rian Abdul Rohman³, Resdy Isra Firdaus⁴, Siti Anggia Denisa⁵

¹⁻⁵ Universitas Teknologi Digital, Indonesia

Korespondensi penulis: robbizidni@digitechuniversity.ac.id

Abstract: *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in Indonesia's economy but still face numerous challenges in enhancing their competitiveness in the digital era. Digital marketing serves as a key strategy in expanding market reach and improving promotional efficiency. This study aims to explore the role of digital marketing in supporting MSME growth through a case study of the Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) program implemented in Sukamaju Village, Majalaya District, Bandung Regency. This research employs a qualitative approach, utilizing observations and interviews with MSME actors who participated in digital marketing training. The activities included socialization, seminars, and direct mentoring on utilizing social media, marketplaces, and engaging promotional content creation. The findings reveal that the digital marketing training program positively impacted the understanding and skills of MSME actors in leveraging digital technology. A total of 27 seminar participants expressed high interest in implementing digital marketing strategies in their businesses. Additionally, direct mentoring helped MSME actors formulate more effective promotional strategies.*

Keywords: *Business Growth, Community Service, Digital Marketing, Entrepreneurship, MSMEs*

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi signifikan dalam perekonomian Indonesia, tetapi masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing di era digital. Digital marketing menjadi strategi utama dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efektivitas promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran digital marketing dalam mendukung perkembangan UMKM melalui studi kasus program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang diterapkan di Desa Sukamaju, Kecamatan Majalaya, Kabupaten Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik observasi dan wawancara terhadap pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan digital marketing. Kegiatan yang dilakukan meliputi sosialisasi, seminar, serta pendampingan langsung terkait penggunaan media sosial, marketplace, dan pembuatan konten pemasaran yang menarik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pelatihan digital marketing ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan para pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Sebanyak 27 peserta seminar menunjukkan minat tinggi dalam menerapkan strategi pemasaran digital dalam bisnis mereka. Selain itu, adanya bimbingan langsung membantu UMKM dalam menyusun strategi promosi yang lebih efektif

Kata kunci: Pertumbuhan Bisnis, Pengabdian Masyarakat, Pemasaran Digital, Kewirausahaan, UMKM

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi signifikan dalam perekonomian Indonesia. Namun, dalam menghadapi era digital yang terus berkembang, banyak UMKM masih mengalami kesulitan dalam meningkatkan daya saing dan menjangkau pasar yang lebih luas. Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pemasaran modern yang efektif dan efisien.

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang diinisiasi oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk

mengaplikasikan keilmuan mereka dalam pengabdian masyarakat, termasuk dalam membantu pengembangan UMKM. Salah satu bentuk implementasi program ini dilakukan di Desa Sukamaju, Kecamatan Majalaya, Kabupaten Bandung, yang berfokus pada pemberdayaan UMKM melalui edukasi digital marketing.

Kemudian dalam pemecahan seluruh mahasiswa, tim kami yaitu tim 119 ditempatkan di desa Sukamaju kecamatan Majalaya dengan membawa 2 program, yaitu program utama pencegahan stunting dan program pilihan digital marketing.

Desa Sukamaju merupakan kawasan strategis dengan 18 pabrik industri yang berdiri di wilayahnya. Keberadaan industri ini memberikan peluang ekonomi bagi masyarakat, terutama dalam bentuk lapangan pekerjaan. Namun, di sisi lain, dinamika ini juga memunculkan tantangan sosial, salah satunya adalah tingginya angka stunting pada balita.

Stunting di Desa Sukamaju tidak hanya disebabkan oleh kurangnya pemahaman masyarakat tentang pentingnya gizi, tetapi juga oleh faktor lain yang berhubungan dengan kondisi sosial ekonomi masyarakat. Salah satu penyebab utama adalah rendahnya kepatuhan remaja perempuan dalam mengonsumsi tablet vitamin Fe sebagai pencegahan anemia. Selain itu, ibu balita sering kali tidak dapat memenuhi kebutuhan ASI eksklusif karena mereka bekerja di pabrik, dan sebagian besar ibu sulit dijangkau untuk edukasi dan pendampingan karena kesibukan bekerja.

Oleh karena itu, pencegahan stunting di Desa Sukamaju membutuhkan pendekatan yang komprehensif, baik dari sisi edukasi, pendampingan, maupun kolaborasi dengan pihak industri untuk menciptakan lingkungan yang mendukung kesehatan keluarga.

Selain permasalahan kesehatan, potensi ekonomi masyarakat juga belum sepenuhnya terkelola dengan baik. Sebagian besar pelaku UMKM di desa ini belum memiliki keterampilan memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk mereka, sehingga produk lokal sulit bersaing di pasar yang lebih luas.

Program MBKM hadir untuk memberikan kontribusi nyata melalui dua program utama: pencegahan stunting sebagai program utama, dan digital marketing sebagai program pilihan, guna mendukung pemberdayaan masyarakat Desa Sukamaju secara berkelanjutan.

2. METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan observasi dan wawancara. Subjek penelitian terdiri dari pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan digital marketing dalam rangka program MBKM. Pengumpulan data dilakukan melalui interaksi

langsung dengan peserta serta dokumentasi hasil pelatihan dan seminar.

Lokasi dan Waktu:

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Majasetra, utamanya di balai desa sebagai pusat penyuluhan dan pelatihan. Kegiatan ini dimulai pada bulan Desember dan direncanakan berlangsung selama satu bulan, dengan jadwal yang telah disepakati bersama masyarakat agar partisipasi warga dapat terlaksana secara maksimal.

Sasaran Peserta:

Sasaran peserta kegiatan ini adalah warga Desa Majasetra, khususnya masyarakat yang tinggal di daerah rawan banjir. Tokoh masyarakat dan perangkat desa juga dilibatkan dalam program ini untuk mendukung keberlanjutan dan penerapan teknologi biopori di lingkungannya.

Desa Sukamaju terletak di Kecamatan Majalaya, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. Desa ini berada di wilayah bagian selatan Kabupaten Bandung dan memiliki akses yang cukup strategis dari pusat kota Bandung. Kecamatan Majalaya sendiri terkenal dengan keindahan alam dan potensi pertanian yang melimpah, serta merupakan daerah yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Desa Sukamaju adalah salah satu desa yang terletak di tengah-tengah area ini, yang memudahkan akses ke berbagai fasilitas umum dan pusat kegiatan di sekitar Kecamatan Majalaya.

Selain itu, Desa Sukamaju juga dikenal sebagai desa industri, dengan terdapat sekitar 18 pabrik yang beroperasi di wilayah tersebut. Kebanyakan masyarakat Desa Sukamaju bekerja di sektor industri, terutama di pabrik-pabrik tekstil dan manufaktur yang ada. Kehadiran pabrik-pabrik ini memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian desa, sekaligus menjadi sumber utama lapangan pekerjaan bagi warganya. Dengan banyaknya pabrik, desa ini juga mengalami perkembangan pesat dalam hal infrastruktur dan layanan publik, mendukung aktivitas ekonomi yang terus berkembang

Penyuluhan Pengenalan Digital Marketing kepada UMKM

Salah satu program unggulan yang dilaksanakan adalah penyuluhan mengenai digital marketing kepada para pelaku UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan strategi pemasaran berbasis digital agar UMKM di Desa Sukamaju dapat memperluas jangkauan pasar mereka. Penyuluhan dilakukan secara langsung mendatangi UMKM terkait guna berdiskusi dan membantu pengembangan usaha terkait.

UMKM juga diberitahu tentang acara seminar yang akan dilakukan di aula desa terkait lebih lengkapnya tentang dunia marketing digital yang dimana terkait program pilihan yang diadakan pada akhir bulan Januari.

Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai, acara penutupan MBKM pada tanggal 30 Januari 2025 dilakukan sebagai bentuk apresiasi kepada masyarakat dan perangkat desa yang telah mendukung jalannya program. Pada acara ini, kelompok menyampaikan hasil kegiatan serta memberikan laporan singkat terkait pencapaian yang telah dilakukan.

Secara keseluruhan, seminar ini mendapatkan respons yang sangat baik dari peserta. Banyak pelaku UMKM yang mengungkapkan ketertarikan mereka untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh dalam mengembangkan usaha mereka ke ranah digital. Hal ini menunjukkan bahwa program yang dilakukan berhasil memberikan manfaat langsung bagi masyarakat dan memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan UMKM di Desa Sukamaju

Digital Marketing dalam Pemberdayaan UMKM

Salah satu kendala utama yang dihadapi UMKM di Desa Sukamaju adalah kurangnya pemahaman terhadap pemasaran digital dan keterbatasan akses terhadap teknologi. Melalui program MBKM, peserta pelatihan diberikan edukasi mengenai:

- Pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Facebook sebagai platform pemasaran.
- Penggunaan marketplace untuk meningkatkan jangkauan pasar.

Dampak Program terhadap UMKM

Pelaksanaan seminar dan pendampingan langsung memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan digital marketing bagi para pelaku UMKM. Hasil wawancara menunjukkan bahwa 27 peserta seminar menunjukkan minat tinggi dalam menerapkan strategi pemasaran digital. Beberapa UMKM mulai aktif mempromosikan produk mereka melalui media sosial dan marketplace, serta merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.

3. SIMPULAN

Program MBKM yang dilaksanakan oleh Kelompok 119 di Desa Sukamaju selama kurang lebih tiga bulan telah memberikan dampak yang signifikan bagi masyarakat, terutama dalam dua aspek utama, yaitu pencegahan stunting dan penguatan digital marketing bagi UMKM lokal. Selama pelaksanaan program, berbagai kegiatan telah dilakukan secara sistematis untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Penelitian ini menegaskan bahwa digital marketing memiliki peran yang sangat

penting dalam mendukung pertumbuhan UMKM. Melalui edukasi dan pendampingan yang tepat, UMKM dapat lebih mudah beradaptasi dengan teknologi digital dan meningkatkan daya saingnya di pasar yang lebih luas. Implementasi program serupa dengan dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak akan membantu UMKM berkembang secara optimal di era digital.

Di sisi lain, program digital marketing yang menjadi fokus pilihan dalam MBKM ini juga berhasil memberikan manfaat bagi pelaku UMKM di Desa Sukamaju. Tim mengadakan seminar digital marketing yang dihadiri oleh 27 peserta dari kalangan UMKM dan masyarakat yang tertarik mengembangkan bisnis mereka secara digital. Dalam seminar ini, peserta diberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran digital, cara membuat konten promosi yang menarik, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace untuk meningkatkan jangkauan pemasaran. Selain seminar, tim juga melakukan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM dalam mempraktikkan strategi pemasaran digital. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas serta membantu pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana utama dalam meningkatkan penjualan mereka.

Secara keseluruhan, keberhasilan program MBKM ini tidak terlepas dari kolaborasi yang baik antara mahasiswa, pemerintah desa, serta masyarakat Desa Sukamaju. Adanya dukungan dari berbagai pihak membuat program ini dapat berjalan dengan lancar dan efektif. Dampak dari program ini tidak hanya terasa dalam jangka pendek, tetapi juga diharapkan dapat memberikan perubahan jangka panjang bagi kesejahteraan masyarakat. Dalam aspek kesehatan, masyarakat mulai memahami pentingnya gizi yang cukup bagi tumbuh kembang anak, sementara dalam aspek ekonomi, para pelaku UMKM mulai menyadari pentingnya pemasaran digital dalam meningkatkan daya jual produk mereka.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan penuh rasa syukur, kami sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam terlaksananya acara ini:

- a. Kepala Desa Bapak Acep Handana, S. Pd., M. M.

Terima kasih atas dukungan dan arahan yang diberikan selama proses berlangsung.

- b. Sekretaris Desa Bapak Aat Ramdani

Kami mengapresiasi kerja sama dan koordinasi yang baik di setiap tahapan kegiatan.

- c. Dosen Pembimbing Agus Alamsyah, SH., MM.

Terima kasih atas arahan dan ilmu yang sangat berharga yang dibagikan kepada kami.

d. Ibu-ibu Iim & Kader Desa

Terima kasih atas partisipasi dan semangat yang diberikan dalam mendukung acara ini.

e. Anggota Karang Taruna

Kami mengucapkan terima kasih atas kontribusi dan kerja keras yang ditunjukkan selama berlangsungnya acara.

f. Ketua RT dan RW

Terima kasih atas dukungan dan bantuannya dalam menyelenggarakan kegiatan Bimbingan Teknis Wirausaha.

g. Warga Desa

Kami mengapresiasi kehadiran dan keterlibatan aktif seluruh warga dalam kegiatan ini.

h. Ketua Kelompok Nugraha Rhamdani

Terima kasih atas kepemimpinan dan dedikasinya dalam memotivasi kelompok untuk berkontribusi.

i. Anggota Kelompok Muhammad Rizky, Rafli Alhafizh, Rian Abdulrohman, Siti Anggia, Resdy Isra. Terima kasih atas kerja sama dan komitmen Anda dalam mencapai tujuan bersama.

Kami berharap kerja sama ini dapat terus berlanjut di masa mendatang demi kemajuan bersama.

REFERENSI

Buku Panduan Merdeka Belajar – Kampus Merdeka. (2024). *Buku Panduan MBKM Proyek Membangun Desa* (PDF).

Cakra Banten. (2024, Juli 27). *Komprehensif: Salah satu pendekatan pendidikan karakter*. Retrieved from <https://www.cakrabanten.co.id/2024/07/komprehensif-salah-satu-pendekatan.html>

Kampus Merdeka. (n.d.). *Apa itu Kampus Merdeka?* Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Retrieved from <https://pusatinformasi.kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/hc/id/articles/4417185050777-Apa-itu-Kampus-Merdeka>

Kwik Kian Gie School of Business. (2023, Juni 13). *Apa itu MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka)?* Retrieved from <https://kwikkiangie.ac.id/2023/06/13/apa-itu-mbkm-merdeka-belajar-kampus-merdeka/>

OfficeRND. (n.d.). *Collaborating conflict style*. Retrieved from <https://www-officernd-com.translate.goog/blog/collaborating-conflict-style/>

Sukamaju Village. (n.d.). *Website resmi Desa Sukamaju, Majalaya*. Retrieved from <https://sukamaju-majalaya.desa.id/>

Universitas Bina Darma. (n.d.). *Proposal magang/kerja praktik mahasiswa program studi manajemen informatika D3 Fakultas Vokasi* (PDF).

Universitas Ciputra. (2016, Februari 18). *Metode pengumpulan data dalam penelitian*. Retrieved from <https://informatika.ciputra.ac.id/2016/02/2016-2-18-metode-pengumpulan-data-dalam-penelitian/>

Universitas Muhammadiyah Malang. (n.d.). *Program Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM)*. Retrieved from <https://feb.umm.ac.id/id/pages/mbkm.html>

Wikipedia. (n.d.). *Pengabdian masyarakat*. Retrieved from https://id.wikipedia.org/wiki/Pengabdian_masyarakat