Optimalisasi Digital Marketing Sebagai Sarana Pengembangan UMKM Warung Sembako di Desa Bintang Meriah

Khaidir Ali[1], Aliya[2]
[1, 2)] Program Studi Ilmu Administrasi Publik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
e-mail: khaidirali@umsu.ac.id

Abstrak
Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengoptimalkan digital marketing sebagai sarana pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Bintang Meriah. Kegiatan ini berlangsung dari tanggal 1 hingga 10 September 2025 di Desa Bintang Meriah. Program ini bertujuan untuk mengatasi masalah pemasaran UMKM dan minimnya pengetahuan tentang digital marketing di desa tersebut. Pelaksanaan kegiatan melibatkan metode observasi, dokumentasi, dan pendekatan partisipatif berbasis komunitas. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital sangat dibutuhkan oleh pemilik UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka dan program kegiatan ini dapat mengedukasi adalah tentang pentingnya berwirausaha. Faktor penghambat utama adalah terbatasnya kepemilikan smartphone dan pengetahuan digital marketing oleh pelaku UMKM. Namun, program ini didukung oleh sambutan baik dari Kepala Desa dan warga, serta kemudahan mendapatkan informasi tentang pelaku UMKM. Laporan ini menyimpulkan bahwa pelaksanaan kegiatan berhasil meningkatkan pengetahuan dan wawasan 3177dalah3177kat, sementara mahasiswa memperoleh pengalaman berharga yang tidak didapatkan di bangku kuliah. Saran untuk kegiatan berikutnya adalah memberikan pelatihan lebih lanjut agar ilmu yang didapat dapat diterapkan secara nyata oleh warga.

Kata kunci: Optimalisasi, Pemasaran Digital, Pengembangan UMKM

Abstract
This community service initiative aims to optimize digital marketing as a tool for developing Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Bintang Meriah Village. The initiative will take place from September 1 to 10, 2025, in Bintang Meriah Village. The program aims to address MSME marketing challenges and the lack of knowledge about digital marketing in the village. The implementation of the activity involved observation, documentation, and a community-based participatory approach. The results indicate that digital marketing strategies are urgently needed by MSME owners to enhance their competitiveness, and this program effectively educates participants on the importance of entrepreneurship. The main barriers are the limited ownership of smartphones and the lack of digital marketing knowledge among MSME operators. However, the program was well-received by the Village Head and residents, and information about SME operators was readily available. This report concludes that the program successfully increased knowledge and understanding in the village, while students gained valuable experience not available in the classroom. A recommendation for future activities is to provide further training so that the knowledge gained can be practically applied by the residents.

Keywords*: Optimization, Digital Marketing, SMEs Development*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan vital dalam perekonomian Indonesia, dengan proporsi yang sangat besar dari total pelaku usaha. UMKM telah membuktikan eksistensinya, bahkan mampu bertahan saat krisis moneter melanda Indonesia pada tahun 1998, karena mereka tidak terlalu bergantung pada modal besar atau pinjaman asing. UMKM juga berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja dan pemerataan ekonomi. Dengan perkembangan teknologi yang cukup pesat tentu akan berdampak pada perkembangan UMKM. UMKM yang tidak mampu untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi akan berakhir dengan sendirinya. Oleh karena itu UMKM harus dapat mengikuti perkembangan

teknologi ini serta memanfaatkannya untuk mengembangkan produk dan menarik konsumen (Rokhmah, 2015).

Di tengah kemajuan teknologi digital, pemasaran melalui *platform* digital atau digital marketing telah menjadi kebutuhan penting bagi pelaku UMKM agar dapat bersaing di pasar yang lebih luas. Potensi desa wisata sendiri dapat Potensi desa wisata sendiri dapat diperoleh dari potensi alam, budaya, dan dukungan masyarakat serta pemerintah yang akan digunakan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat setempat sehingga masyarakat dapat secara mandiri untuk membangun wilayah (Lanur & Martini dalam Esariti et al., 2023). Digital marketing memungkinkan UMKM memasarkan produk mereka secara lebih efisien dengan biaya yang lebih rendah, sekaligus menjangkau konsumen yang lebih banyak dan berada di lokasi yang jauh. Penggunaan media sosial, situs web, serta *platform e-commerce* dapat menjadi solusi efektif untuk meningkatkan visibilitas produk dan memperluas pangsa pasar (Amborowati et al., 2023). Dengan menggunakan teknologi digital, UMKM tidak hanya dapat meningkatkan penjualan, tetapi juga mengembangkan merek dan memperkuat daya saing. Namun, pelaku UMKM di Desa Bintang Meriah masih minim pemahaman dan pengetahuan tentang bagaimana memanfaatkan pemasaran digital. Rendahnya literasi digital, keterbatasan akses internet yang baik, serta kurangnya pelatihan membuat banyak pelaku usaha di desa ini belum dapat memanfaatkan potensi besar dari pemasaran digital (Teguh et al., 2022) Keterbatasan tersebut membuat mereka sulit bersaing dengan pelaku UMKM dari daerah lain yang lebih dahulu mengadopsi teknologi digital dalam kegiatan pemasaran. Sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat, kegiatan ini bertujuan untuk membantu mengoptimalkan penggunaan digital marketing sebagai sarana pengembangan UMKM di Desa Bintang Meriah. Dengan memberikan pelatihan dan sosialisasi tentang digital marketing, diharapkan para pelaku UMKM dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam memasarkan produk secara digital. Penggunaan digital marketing yang optimal dapat membantu UMKM memperluas akses pasar, meningkatkan daya saing, dan pada akhirnya, berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat di Desa Bintang Meriah.

Dukungan pemerintah dalam pengembangan UMKM juga terus digalakkan, salah satunya melalui program Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia yang diluncurkan pada tahun 2020. Program ini bertujuan untuk mendorong pelaku UMKM di seluruh Indonesia, termasuk di daerah-daerah terpencil, untuk memanfaatkan teknologi digital dalam memasarkan produk mereka (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022). Melalui kegiatan pengabdian ini, diharapkan UMKM di Desa Bintang Meriah dapat lebih siap menghadapi tantangan pemasaran di era digital.

Pemerintah dan masyarakat memiliki peran penting dalam mendorong perkembangan UKM. Pemberdayaan UKM perlu menyesuaikan dengan kondisi sosial dan budaya lokal, serta memperkuat kemitraan dengan industri besar agar struktur ekonomi nasional dan daerah semakin kuat. Partisipasi berbagai pihak juga harus terus ditingkatkan agar UKM mampu berkontribusi lebih besar pada perekonomian.Meski demikian, mayoritas UKM masih menghadapi kondisi yang kurang ideal. Perkembangan mereka cenderung stagnan sejak awal berdiri, dan hanya sedikit yang berhasil berkembang menjadi usaha besar, karena masih banyak kendala dan kelemahan yang dihadapi.(Sulistiono et al., 2010)

Hingga saat ini, masih jarang publikasi tentang penggunaan media sosial pada UMKM dan manfaat penggunaan media sosial bagi UMKM diindonesia. Mengingat pentingnya informasi tentang bagaimana penggunaan media sosial bagi UMKM dan manfaatnya, maka perlu dilakukan suatu penelitian observasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gamabaran penggunaan media sosial pada UMKM dan Manfaat bagi perkembangan UMKM.(Priambada, 2015)

Tujuan dari KKN ini adalah sebagai wujud pengabdian kepada masyarakat, meningkatkan wawasan masyarakat, membantu pemerintah dalam mewujudkan desa yang lebih baik, dan menumbuhkan hubungan baik antara perguruan tinggi dengan masyarakat. Manfaatnya bagi mahasiswa adalah meningkatkan kemampuan memecahkan masalah, mengimplementasikan teori, dan memiliki jiwa pengabdian. Bagi universitas, KKN menyediakan umpan balik untuk kurikulum dan pengalaman berharga bagi dosen. Sementara itu, bagi masyarakat, KKN membantu mengatasi permasalahan sosial, memperoleh bantuan pemikiran, dan membentuk kader pembangunan.

Pelaksanaan KKN Mandiri di Desa Bintang Meriah menemukan bahwa meskipun masyarakat memiliki usaha rumahan dan bertani, mereka kurang memperhatikan sistem

pemasaran. Pemasaran yang dilakukan masih terbatas pada cara "dari mulut ke mulut" (Mouth to Mouth) dan minimnya pengetahuan tentang digital marketing untuk mencapai pangsa pasar yang lebih luas. Berdasarkan permasalahan tersebut, KKN ini mengambil judul "Optimalisasi Digital Marketing Sebagai Sarana Pengembangan UMKM Warung Sembako di Desa Bintang Meriah".

METODE

Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah Metode Obervasi atau Pengamatan: Mahasiswa melakukan pengammatan langsung terhadap situasi dan kondisi di desa Bintang meriah untuk mengindentifikasi permasalahan yang ada. Selain itu,dilakukan juga wawancara dan tanya jawab dengan kepala dusun dan warga untuk memperoleh informasi mendalam. Ada 2 metode yaitu; a) Metode Dokumentasi: Pengumpulan data dilakukan melalui pengambilan foto dan video untuk mengdokumentasikan setiap kegiatan yang telah dilaksanakan sebagai bukti fisik program kerja. b) Metode Community Based Participatory Action: Metode ini digunakan dalam tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan persiapan dan observasi langsung di desa Bintang meriah untuk memahami permasalahan yang ada. Selanjutnya, dilakukan koordinasi dengan kepala desa pada 1 september 2025 untuk memperkenalkan diri dan memahami kondisi desa secara keseluruhan. Salah satu kegiatan inti adalah sosialisasi tentang pentingnya berwirausaha kepada Masyarakat desa Bintang meriah yang dilaksanakan 2 september 2025.Tujuan dari sosialisasi ini adalah untuk mendorong Masyarakat agar mau berwirausaha, menciptakan inovasi, melihat peluang, dan membuka lapangan perkerjaan baru, yang pada akhirnya dapat mengurangi pengganguran. Kegiatan lain yang juga dilakukan adalah berpartisipasi dalam pembuatan petunjuk arah di desa, yang bertujuan untuk memudahkan pengunjung menemukan lokasi. Selain itu, mahasiswa juga terlibat dalam berbagai kegiatan sosial seperti pengajian, gotong royong membersihkan lingkungan, membantu posyandu untuk lansia dan anak-anak, serta memberikan edukasi kewarganegaraan kepada anak-anak. Mahasiswa juga membantu produksi UMKM di desa tersebut.

Meskipun program berjalan dengan baik, terdapat beberapa faktor penghambat, terutama keterbatasan kepemilikan smartphone dan pengetahuan digital marketing oleh pelaku UMKM. Selain itu, sulitnya mengumpulkan warga untuk mengikuti sosialisasi juga menjadi kendala. Namun, program ini didukung oleh faktor-faktor pendukung seperti sambutan yang baik dari Kepala Desa dan warga, serta kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai pelaku UMKM.

Digital marketing merupakan salah satu kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana seperti halnya jejaring sosial. Menurut Mahalaxmi dan Ranjth (2016) bahwa digital marketing memungkinkan pengiklanan berkomunikasi langsung dengan konsumen potensial tanpa terhalang oleh waktu dan lokasi geografis. Salah satu cara terbaik dalam mengatasi dan meminimalisir kekacauan dan berkomunikasi langsung dengan pelanggan yaitu dengan digital marketing.(Noviana et al., 2022).

Hasil Sosialisasi dan Penerimaan Masyarakat

Sosialisasi mengenai pentingnya digital marketing sebagai sarana pengembangan usaha mendapatkan sambutan yang cukup baik dari masyarakat Desa Bintang Meriah, terutama para pelaku UMKM. Pada awal kegiatan, masyarakat belum memahami sepenuhnya potensi yang ditawarkan oleh digital marketing. Mayoritas pelaku usaha di desa tersebut masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, seperti pemasaran dari mulut ke mulut dan penjualan langsung di pasar lokal. Hal ini terbukti dari wawancara awal, di mana sekitar 80% pelaku UMKM menyatakan bahwa mereka belum pernah menggunakan *platform* digital untuk memasarkan produk mereka. Namun, setelah dilakukan sosialisasi tentang manfaat dan peluang yang ditawarkan oleh digital marketing,antusiasme Masyarakat mulai meningkat.



Gambar 1. Pemasaran Produk Di Media Sosial

Pelatihan Dan Perkembangan Pengetahuan Pelaku UMKM

Setelah sosialisasi, pelatihan intensif dilakukan untuk memberikan keterampilan praktis bagi pelaku UMKM. Pelatihan ini mencakup pengenalan media sosial sebagai alat pemasaran, cara membuat akun bisnis di *platform e-commerce,* serta teknik dasar fotografi produk. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terkait penggunaan teknologi digital untuk pemasaran. peserta yang mengikuti pelatihan mampu membuat akun bisnis di *platform* seperti Instagram dan Facebook, serta memahami dasar-dasar bagaimana cara mempromosikan produk melalui media sosial tersebut. Selain itu, pelatihan tentang fotografi produk juga memberikan dampak positif. Sebelumnya, banyak pelaku UMKM yang hanya menggunakan foto produk seadanya tanpa memperhatikan aspek visual yang menarik.



Gambar 2. Mengamati Proses Penjualan Produk

Sebagaimana dijelaskan oleh Rajagukguk, (2024) pelatihan digital marketing yang mencakup aspek-aspek seperti branding, fotografi produk, dan penggunaan media sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk lebih kreatif dalam menyampaikan nilai produk mereka kepada konsumen, serta menciptakan pengalaman yang lebih menarik melalui visual dan konten digital yang relevan. Sebagai bagian dari pelatihan, strategi penggunaan iklan berbayar seperti Facebook Ads dan Instagram Ads juga diperkenalkan. Namun, sebagian besar peserta menyatakan masih perlu pendampingan lebih lanjut untuk memahami strategi iklan yang lebih kompleks ini. Hanya sekitar 40% peserta yang menyatakan ketertarikan untuk mencoba iklan berbayar, dengan alasan masih terbatasnya modal dan pengetahuan terkait periklanan digital. Berdasarkan rekomendasi diatas maka pemasaran adalah seluruh sistem kegiatan bisnis baik dari merencanakan, menentukan barang dan jasa, mempromosikan dan mendistribusikan yang semuanya untuk tujuan menarik pelanggan baru, memberikan nilai unggul dan secara terus dan tumbuh memberikan kepuasan pelanggan.(Septyanto & Dewanto, 2010).

Dampak Digital Marketing Terhadap Penjualan UMKM

Setelah pelatihan dan pendampingan digital marketing, beberapa pelaku UMKM mulai menerapkan ilmu yang mereka dapatkan dalam kegiatan pemasaran sehari-hari.Hal ini menunjukkan bahwa digital marketing memiliki potensi besar untuk membantu UMKM memperluas jangkauan pasar mereka.Namun, perlu dicatat bahwa tidak semua pelaku UMKM mengalami peningkatan yang sama. Beberapa di antaranya masih mengalami kesulitan dalam konsistensi mengelola akun media sosial mereka, terutama dalam hal membuat konten secara rutin dan berinteraksi dengan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pelatihan telah memberikan dasar yang kuat, pendampingan lebih lanjut masih diperlukan agar pelaku UMKM dapat mengoptimalkan penggunaan digital marketing secara berkelanjutan.(Krisdayana & Ana Siregar, 2021)

Manfaat yang paling dirasakan oleh pemilik/pengelola UMKM adalah media sosial sangat bermanfaat dalam: 1) mempermudah komunikasi efektif antara pengelola UKM, konsumen dan pemasok; 2) meningkatkan pemasaran dan memperluas pangsa pasar, 3) membantu meningkatkan pengetahuan pengelola UKM dan membantu keputusan bisnis.

Penggunaan teknologi informasi di Indonesia sendiri itu memiliki manfaat yang positif yaitu, dapat membantu meningkatkan kesempatan pengusaha untuk meningkatkan produktivitasnya, memperkuats daya saing, serta memperkuat hubungan antara pengusaha dengan pengusaha lain termasuk pemasok dan penyalur.

Tantangan Dan Kendala Dalam Pelaksaan Digital Marketing

Meskipun hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini cukup positif, beberapa tantangan dan kendala masih perlu diperhatikan. Salah satu kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Bintang Meriah adalah terbatasnya akses internet. Koneksi internet yang tidak stabil dan terbatas membuat sebagian pelaku UMKM kesulitan untuk mengelola akun media sosial dan *e-commerce* mereka secara optimal.

Selain itu, keterbatasan perangkat teknologi, seperti smartphone dengan spefikasi rendah juga menajdi penghalang dalam pemanfaatan pada digital marketing.

Evaluasi Program Dan Rekomendasi

Dari hasil kegiatan pengabdian ini, dapat disimpulkan bahwa digital marketing memiliki potensi besar untuk membantu pengembangan UMKM di Desa Bintang Meriah. Pelatihan yang dilakukan telah memberikan dampak positif terhadap pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memasarkan produk secara digital. Meskipun demikian,untuk mencapai hasil yang lebih optimal,diperluakan dukungan berkelanjutan, terutama dalam hal akses internet, pendampingan lebih lanjut, serta penyediaan perangkat teknologi yang memadai bagi pelaku usaha.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa digital marketing memiliki potensi besar untuk membantu UMKM di Desa Bintang Meriah dalam meningkatkan jangkauan pasar dan daya saing. Melalui sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan, pelaku UMKM memperoleh pengetahuan dan keterampilan dasar yang diperlukan untuk memanfaatkan platform digital dalam memasarkan produk mereka. Meskipun masih terdapat beberapa kendala seperti akses internet yang terbatas dan rendahnya literasi digital, hasil yang diperoleh menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan minat untuk menerapkan digital marketing. Dukungan berkelanjutan dari pemerintah, terutama dalam hal infrastruktur dan pelatihan lanjutan, sangat diperlukan agar UMKM dapat terus berkembang di era digital ini.

SARAN

Adapun yang menjadi saran dalam program kegiatan kemitraan ini adalah sebagai berikut: 1) Perlunya penguatan dan semangat untuk mendorong UMKM yang lebih modern, 2) Pentingnya menjaga konsistensi setelah adanya pelatihan yang dilakukan

UCAPAN TERIMA KASIH

Program kegiatan ini merupakan salah satu bentuk pengabdian mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara kepada masyarakat yang bertemakan Digital Marketing untuk

membantu masyarakat lebih maju khususnya bagi para UMKM yang berada di Desa Bintang Meriah. Maka dari itu, kami mengucapkan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara sebagai pendukung material kegiatan. Tak lupa juga, kami mengucapkan terimakasih kepada Kepala Desa Bintang Meriah, semua perangkat desa, dan masyarakat Desa Bintang Meriah yang telah membantu dalam kegiatan program kegiatan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Esariti, L., Nida, R. S., Rakhmatulloh, A. R., Sunarti, S., Damayanti, M., Manullang, O. R., & Anggara, D. B. (2023). Optimalisasi Pengembangan Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang Berbasis Kearifan Lokal. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, *7*(1), 107–117. https://doi.org/10.29244/jp2wd.2023.7.1.107-117

Krisdayana, P., & Ana Siregar, F. (n.d.). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Produk Umkm Di Indonesia*. https://doi.org/10.37339/jurpikat.v2i

Noviana, T. N., Rahmat, D., & Nuryusuf, P. (2022). Optimalisasi digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM pasca pandemi Covid-19 di Desa Parungsueah Kabupaten Sukabumi. *Magistrorum et Scholarium …*, *03*, 12–23.

Priambada, S. (2015). Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm). *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*, *November*, 2–3.

Rokhmah, B. E. (2015). Pemanfaatan Media Daring Sebagai Sarana Pengembangan Produk Ukm Desa Crewek. *Riset Manajemen & Akuntansi*, *6*(November 2015), 22–33.

Septyanto, D., & Dewanto, I. J. (2010). Umkm Dan Penggunaan E-Marketing Dalam. *Fakultas Ekonomi, Universitas Esa Tunggal Dan STMIK Raharja.*, 277–289.

Sulistiono, A., Mulyana, M., Tetap, D., Kesatuan, S., Ringkasan, B., Kecil, U., Bruto, P. D., Sandal, P. S., Sandal, P. S., Bogor, C. K., Sepatu, P., Ciomas, S., Bogor, K., Pemasaran, S., Sepatu, P., Ciomas, S., Bogor, K., Kekuatan, F., Sepatu, P., … Ciomas, S. (2010). *1 strategi pengembangan pemasaran ukm pengrajin sepatu sandal*. 1–20.

Teguh, Y., Riko, S. &, & Adriansyah, R. (2022). Go-UMKM: Program Transformasi Pelaku Bisnis Lokal Konvensional Menuju Bisnis Digital Untuk Menyelesaikan Permasalahan SDGs. *Economics and Development Analysis*, *2*(1), 51–64.