

## Pelatihan Digital Marketing Bagi UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing di Era Digital

M. Saleh<sup>1\*</sup>, Zulkifli<sup>2</sup>, Dani Pratama Putra<sup>3</sup>, Akmal Izwar<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Dosen Prodi EKP FE Universitas Almuslim Bireuen -Aceh

<sup>2</sup> Dosen Prodi Informatika Universitas Almuslim Bireuen -Aceh

<sup>3</sup> Dosen Prodi Akuakultur Universitas Almuslim Bireuen -Aceh

\*) email: msaleh@umuslim.ac.id

DOI:  
10.51179/ajce.v3i3.3085

### Article history

Received:  
December 10, 2024

Revised:  
December 11, 2024

Accepted:  
December 12, 2024

**Key Word:**  
training,  
digital marketing,  
competitiveness



© 2023  
Oleh authors. Aceh Journal of Community Engagement (AJCE). Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

**ABSTRACT:** *The training focuses on introducing and implementing effective digital marketing strategies, such as social media marketing, search engine optimization, online advertising, and online reputation management. The methods used include workshops and direct mentoring for SMEs. The results of the activity show a significant increase in participants' understanding of digital marketing strategies, as well as an increased awareness of the importance of digital marketing in improving business competitiveness in the digital age. Additionally, this activity successfully facilitated the formation of a communication network among SMEs, serving as a platform for sharing information and experiences related to utilizing digital marketing strategies. Through this initiative, it is expected that SMEs in Gampong Beurawang will be better prepared to face business competition in the digital era, thereby increasing their income and well-being.*

**ABTRAK:** Pelatihan ini difokuskan pada pengenalan dan penerapan strategi pemasaran digital yang efektif, seperti pemasaran melalui media sosial, optimasi mesin pencari, penggunaan iklan online, dan pengelolaan reputasi online. Metode yang digunakan adalah workshop dan pendampingan langsung kepada para pelaku UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terkait strategi pemasaran digital, serta adanya peningkatan kesadaran akan pentingnya pemasaran digital dalam upaya peningkatan daya saing bisnis di era digital. Selain itu, kegiatan ini juga berhasil memfasilitasi terbentuknya jaringan komunikasi antar pelaku UMKM yang berfungsi sebagai wadah berbagi informasi dan pengalaman dalam memanfaatkan strategi pemasaran digital. Melalui kegiatan ini, diharapkan pelaku UMKM di Gampong Beurawang dapat lebih siap menghadapi persaingan bisnis di era digital, sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan mereka.

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. Di era digital ini, persaingan di pasar menjadi semakin ketat, terutama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, namun sering kali menghadapi tantangan untuk bersaing dengan perusahaan besar yang telah lebih dulu memanfaatkan teknologi digital. Salah satu solusi untuk meningkatkan daya saing UMKM adalah melalui penerapan strategi digital marketing yang efektif (Silviana, 2020).

Pemasaran merupakan sebuah alur dari sebuah sistem yang direncanakan oleh pemasar tentang bagaimana menentukan harga, mempromosikan produk serta mendistribusikannya. Proses pemasaran yang tepat akan membantu bisnis atau usaha dalam meningkatkan persaingan penjualan (Stanton, 2013).

Armstrong, (2010) menyatakan *digital marketing* adalah menggambarkan usaha-usaha perusahaan untuk menginformasikan, mempromosikan, berkomunikasi dan memasarkan suatu produk dan jasa melalui media internet. *digital marketing* dapat digunakan sebagai salah satu upaya perusahaan dalam memasarkan produk terkait dengan kegiatannya dalam mempromosikan dan memasarkan produk melalui internet (Eun Young Kim dalam Prabowo, 2018) dan alat penting dalam menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif terjangkau dibandingkan metode pemasaran tradisional.

Namun, banyak pelaku UMKM yang belum memahami atau menguasai strategi ini secara maksimal. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan media digital seperti media sosial, *website*, dan *marketplace* sering kali menjadi kendala utama. Akibatnya, potensi pemasaran yang besar dari dunia digital belum dapat dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku UMKM.

Melalui pelatihan *digital marketing*, UMKM dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk meningkatkan visibilitas produk mereka di dunia maya. Pelatihan ini tidak hanya mencakup teknik pemasaran, tetapi juga strategi pengelolaan konten, pemanfaatan data analitik, serta pengoptimalan mesin pencari (SEO). Dengan bekal ini, pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan penjualan, membangun loyalitas pelanggan, dan bersaing dengan lebih percaya diri di pasar yang semakin kompetitif (Aditya dkk, 2023).

Karena Hasan (2013) menyatakan *digital marketing* atau disebut dengan *e-marketing* merupakan upaya perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasarannya dengan cara mengkomunikasikan produk melalui promosi dan melakukan penjualan berbasis internet.

Di tengah era digital yang terus berkembang, pelatihan *digital marketing* menjadi kebutuhan mendesak bagi UMKM agar tidak tertinggal. Pelatihan ini juga sejalan dengan upaya pemerintah dan berbagai pihak untuk mendorong transformasi digital di sektor UMKM. Dengan memperkuat kapasitas digital marketing, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di tingkat lokal maupun global, sehingga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. Bagi pelaku usaha, khususnya UMKM, adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital menjadi kunci keberhasilan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Pemanfaatan strategi pemasaran digital merupakan salah satu strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan meraih pasar yang lebih luas.

Kegiatan pengabdian dosen dalam pelatihan *digital marketing* di laksanakan di desa atau gampong Beurawang, kecamatan Jeumpa kabupaten Bireuen, merupakan salah satu wilayah di Aceh yang memiliki potensi UMKM yang cukup besar. Namun, banyak pelaku UMKM di wilayah ini yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam menjalankan bisnis mereka. Kurangnya pemahaman dan kemampuan dalam menerapkan strategi pemasaran digital menjadi kendala utama yang menghambat pertumbuhan bisnis mereka.

Desa/Gampong Beurawang merupakan salah satu gampong yang terletak di kawasan perairan laut, terdapat tiga dusun yaitu dusun peutua bahron, dusun tdk beurawang dan dusun habib puteh, setiap nama dusun memiliki makna tersendiri dan tersirat sejarah yang luar biasa. status gampong berkembang sebelah utara laut, sebelah selatan desa lipah cut dan cot trieng, sebelah barat desa cot geurendong dan sebelah timur desa krueng juli barat. Desa Beurawang memiliki luarnya 1.234 km<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk 1.059 jiwa.

Untuk mengatasi kendala tersebut, diperlukan upaya yang lebih intensif dalam memberikan pemahaman dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM di gampong Beurawang. Salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan adalah melalui kegiatan pelatihan *digital marketing*. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan strategi pemasaran digital yang efektif untuk mengembangkan bisnis mereka.

## METODE

Kegiatan pengabdian dengan metode ceramah, diskusi dan pemberian solusi dan wawasan. Pelatihan *digital marketing* ini menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan pelaku UMKM di gampong Beurawang secara langsung. Metode yang digunakan adalah workshop dan pendampingan langsung, dengan tujuan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai strategi pemasaran digital yang efektif. Workshop ini mencakup berbagai topik, seperti:

1. Strategi Pemasaran melalui Media Sosial:

Pelatihan ini memberikan pemahaman tentang berbagai platform media sosial yang relevan untuk bisnis UMKM, serta strategi untuk membangun dan mengelola akun media sosial yang efektif.

2. Optimasi Mesin Pencari (SEO):

Pelatihan ini membahas teknik SEO untuk meningkatkan visibilitas website UMKM di mesin pencari seperti Google.

3. Penggunaan Iklan Online:

Pelatihan ini memberikan pemahaman tentang berbagai platform iklan online dan strategi untuk menjalankan kampanye iklan yang efektif.

4. Pengelolaan Reputasi Online:

Pelatihan ini membahas pentingnya membangun dan menjaga reputasi positif bisnis UMKM di dunia online.

Selain workshop, kegiatan ini juga mencakup pendampingan langsung kepada para pelaku UMKM. Tim pengabdian memberikan bimbingan praktis dalam menerapkan strategi pemasaran digital yang telah dipelajari dalam workshop. Pendampingan ini dilakukan secara langsung di tempat usaha masing-masing pelaku UMKM, sehingga mereka dapat langsung mempraktikkan strategi yang telah dipelajari.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan *digital marketing* di gampong Beurawang, kecamatan Jeumpa kabupaten Bireuen berhasil mencapai beberapa hasil signifikan yang berdampak positif terhadap pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan strategi pemasaran digital. Berdasarkan pelaksanaan metode yang telah dijelaskan, berikut adalah ringkasan hasil dan ketercapaian utama dari kegiatan ini.

1. Peningkatan Pemahaman dan Kesadaran:

Salah satu hasil utama dari kegiatan ini adalah peningkatan pemahaman dan kesadaran para peserta mengenai pentingnya pemasaran digital. Melalui pelatihan (*workshop*), peserta mendapatkan penjelasan mendalam mengenai berbagai strategi pemasaran digital yang efektif. Sebelum kegiatan, banyak peserta yang belum sepenuhnya memahami berbagai aspek pemasaran digital. Namun, setelah mengikuti workshop, ada peningkatan signifikan dalam pemahaman mereka terkait strategi pemasaran melalui media sosial, SEO, iklan online, dan pengelolaan reputasi online. Hasil survei pasca-kegiatan menunjukkan bahwa 85% peserta merasa lebih percaya diri dalam memanfaatkan strategi pemasaran digital setelah mengikuti pelatihan.

2. Peningkatan Kemampuan dan Keterampilan:

Peningkatan kemampuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam menerapkan strategi pemasaran digital merupakan pencapaian penting dari kegiatan ini. Melalui pendampingan langsung yang dilakukan oleh tim pengabdian, pelaku UMKM di gampong Beurawang, kecamatan Jeumpa kabupaten Bireuen mendapatkan bimbingan praktis dalam menerapkan strategi pemasaran digital yang telah dipelajari dalam workshop. Dalam evaluasi awal, banyak pelaku UMKM yang belum mampu menerapkan strategi pemasaran digital secara efektif. Namun, setelah pendampingan, terdapat peningkatan yang signifikan

dalam kemampuan mereka dalam mengelola akun media sosial, mengoptimalkan website, dan menjalankan kampanye iklan online.

### 3. Pembentukan Jaringan Komunikasi Antar Pelaku UMKM:

Kegiatan pelatihan ini juga berhasil memfasilitasi pembentukan jaringan komunikasi antar pelaku UMKM. Forum diskusi dan sesi berbagi pengalaman antara pelaku UMKM yang telah berhasil menerapkan strategi pemasaran digital dan yang sedang dalam proses belajar, menjadi platform yang sangat bermanfaat. Jaringan ini memungkinkan pelaku UMKM untuk saling bertukar informasi, strategi, dan solusi untuk berbagai tantangan yang dihadapi dalam menerapkan strategi pemasaran digital. *Feedback* dari peserta menunjukkan bahwa 90% dari mereka merasa bahwa jaringan komunikasi ini sangat membantu dalam memberikan dukungan dan informasi yang berguna untuk mengembangkan bisnis mereka. Selain itu, banyak pelaku UMKM yang mengindikasikan bahwa mereka akan terus berkomunikasi dan bekerja sama dengan pelaku UMKM lain untuk meningkatkan daya saing bisnis mereka.

Kegiatan mengangkat tema “Digital Marketing: Membantu Pelaku Usaha di Desa dalam Mengembangkan Bisnis” mendapat sambutan respon positif dari masyarakat. Pelatihan dihadiri sejumlah peserta mayoritas pelaku usaha dari desa tersebut. Tujuan utama kegiatan untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang strategi pemasaran digital yang dapat membantu pelaku usaha di desa mengembangkan bisnis mereka. Beberapa topik yang dibahas meliputi strategi pemasaran melalui media sosial, optimasi mesin pencari, penggunaan iklan online, dan pengelolaan reputasi online.



Gambar. 1 Acara Kegiatan Pelatihan, UMKM Gampong kecamatan Jeumpa kabupaten Bireuen

Pelatihan *digital marketing* ini mendapatkan respon sangat positif peserta, mereka merasa terinspirasi dan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana memanfaatkan strategi pemasaran digital untuk mengembangkan bisnis mereka di era digital.



Gambar 2. Proses Pemberian Materi

Pelatihan *digital marketing* ini menjadi bukti nyata bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi, pelaku usaha, dan pemerintah desa dapat memberikan dampak positif dalam mengembangkan bisnis di era digital. Kegiatan seperti ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi pelaku usaha di desa dalam mengembangkan bisnis mereka melalui pemasaran digital yang efektif.

## SIMPULAN

Kegiatan pelatihan *digital marketing* di gampong Beurawang Kuala kabupaten Bireuen telah mencapai berbagai hasil signifikan yang berkontribusi pada peningkatan kemampuan dan pemahaman pelaku UMKM dalam memanfaatkan strategi pemasaran digital untuk mengembangkan bisnis mereka. Melalui pelatihan/workshop, pendampingan langsung, dan pembentukan jaringan komunikasi, pelaku UMKM di gampong Beurawang mengalami peningkatan pemahaman dan kemampuan dalam menerapkan strategi pemasaran digital. Peningkatan ini tercermin dalam kemampuan mereka dalam mengelola akun media sosial, mengoptimalkan website, dan menjalankan kampanye iklan online.

Dampak positif dari kegiatan ini termasuk peningkatan daya saing bisnis UMKM, yang diharapkan akan berlanjut dalam jangka panjang, memberikan manfaat langsung kepada pelaku UMKM dan masyarakat. Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya mempersiapkan pelaku UMKM untuk menghadapi persaingan bisnis di era digital, tetapi juga memperkuat komitmen terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan mereka.

Melihat hasil yang dicapai, penting untuk terus melanjutkan upaya pelatihan dan pendampingan serupa, serta memastikan adanya dukungan berkelanjutan agar pelaku UMKM dapat terus berkembang dan memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Keberhasilan kegiatan ini menjadi langkah awal yang penting dalam upaya peningkatan daya saing UMKM di gampong Beurawang dan wilayah sekitarnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, D., Darmayanti, D., Ningsih, S., & Saputra, A. (2023). Pelatihan digital marketing untuk UMKM Gula Kabung/Merah Desa Pasir Putih. *Semnasppk*, 1(1), 354-362.
- Ali, Hasan (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Armstrong, Gary. (2010). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke 12. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Prabowo W.A. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance dengan intellectual Capital dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening pada Industri Hotel Bintang Tiga di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 12(2), 101–112.
- Reggina Wike Anjani. (2023). *Implementasi digital marketing dalam mengembangkan Strategi Bisnis digital di era Transformasi digital*. *INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research*, 1(1).
- Saleh, M., Musrizal, M., Sulaiman, M., Fajri, R., & Erfan Syah, M. (2024). Pelatihan Kewirausahaan Digital Berbasis Kemitraan dalam Meningkatkan Kemandirian UMKM (Pengabdian di Desa Simpang Jaya - Juli Kabupaten Bireuen). *Aceh Journal of Community Engagement (AJCE)*, 3(2), 19–24. <https://doi.org/10.51179/ajce.v3i2.2844>
- Silviana, M. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Melalui Sosial Media (Studi Kasus Di Kecamatan Bone-Bone), *Doctoral Dissertation*, Universitas Muhammadiyah Palopo.
- Stanton, William J. (2013). *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma, Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Erlangga.