

Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia
 Volume 3, Nomor 8, November 2024, Halaman 68-73
 Licenced by CC BY-SA 4.0
 ISSN: [2986-7002](#)
 DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14233185>

Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital Pada Pelaku UMKM Kampung Dayun, Kecamatan Dayun, Kabupaten Siak

Nurjanah¹, Dhia Nur Insani², Gaetsa Zahira Shofa³, Qurrata Ayun⁴, Zahara Ananda Putri⁵,
 Dwi Rian Vaherni⁶, M. Razif Maulana⁷, Nurul Ain⁸, Zhafira Suhendra⁹, Nabilul Iqbal¹⁰,
 Muhamad Ravi¹¹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9, 10}Ilmu Komunikasi, Universitas Riau, Indonesia

¹¹Administrasi Publik, Universitas Riau, Indonesia

Email: nurjanah@lecturer.unri.ac.id, dhia.nur2316@student.unri.ac.id, gaetsa.zahira2312@student.unri.ac.id,
qurrata.ayun3777@student.unri.ac.id, zahara.ananda4643@student.unri.ac.id, dwi.rian0854@student.unri.ac.id,
muhammad.razif2310@student.unri.ac.id, nurul.ain4036@student.unri.ac.id, zhafira.suhendra0863@student.unri.ac.id,
nabilul.iqbal5450@student.unri.ac.id, muhamad.ravi3757@student.unri.ac.id

Abstrak

Di era digital yang terus berkembang pesat, *digital marketing* telah menjadi kebutuhan mendesak bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk bertahan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Pelaku UMKM yang tidak beradaptasi dengan teknologi di era digital akan berisiko kehilangan daya saing, terutama ketika pesaing mereka berhasil mengintegrasikan strategi digital marketing secara optimal. Pelatihan digital marketing menjadi langkah strategis dalam menghadapi tantangan pemasaran di era digital, khususnya bagi pelaku UMKM di daerah pedesaan. Artikel ini membahas pelaksanaan pelatihan digital marketing bagi pelaku UMKM di Kampung Dayun, Kecamatan Dayun, Kabupaten Siak, sebagai bagian dari upaya peningkatan daya saing usaha lokal. Metode pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan metode *workshop*. Tujuan utama pelatihan ini adalah untuk membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi pemasaran, dan mengoptimalkan potensi ekonomi daerah. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku UMKM tentang strategi pemasaran digital, seperti pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce. Selain itu, pelatihan ini juga mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam mempromosikan produk lokal secara kreatif dan inovatif. Diharapkan pelatihan digital marketing ini dapat menjadi wadah baru bagi para pelaku UMKM Kampung Dayun untuk mendapatkan pengetahuan baru untuk mengembangkan usahanya di era digital ini.

Kata Kunci: *digital marketing; workshop; UMKM*

Abstract

In the rapidly developing digital era, digital marketing has become an urgent need for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to survive and compete in an increasingly competitive market. MSMEs who do not adapt to technology in the digital era will risk losing their competitiveness, especially when their competitors succeed in optimally integrating digital marketing strategies. Digital marketing training is a strategic step in facing marketing challenges in the digital era, especially for MSMEs in rural areas. This article discusses the implementation of digital marketing training for MSMEs in Kampung Dayun, Dayun District, Siak Regency, as part of efforts to increase the competitiveness of local businesses. The method of implementing this activity is carried out using the workshop method. The main objective of this training is to equip MSMEs with knowledge and skills in utilizing digital technology to expand the market, increase marketing efficiency, and optimize regional economic potential. The results of the activity showed an increase in MSMEs' understanding of digital marketing strategies, such as the use of social media and e-commerce platforms. In addition, this training also encourages active community participation in promoting local products creatively and innovatively. It is expected that this digital marketing training can be a new forum for UMKM actors in Kampung Dayun to gain new knowledge to develop their businesses in this digital era.

Keywords: *digital marketing; workshop; UMKM*

Article Info

Received date: 29 Oktober 2024

Revised date: 09 November 2024

Accepted date: 15 November 2024

PENDAHULUAN

Revolusi industri 5.0 dipenuhi dengan perkembangan teknologi informasi yang telah mengubah kacamata dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir. Media komunikasi yang digunakan dalam dunia pemasaran saat ini hampir sepenuhnya telah berubah berbasis digital.

Aktivitas pemasaran yang menggunakan teknologi berbasis digital ini disebut dengan *digital marketing*. Menurut Lane (dalam Silviana, 2020:8) *digital marketing* adalah praktik mempromosikan produk dan layanan menggunakan saluran distribusi *digital*. *Digital marketing* terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen (Purwana dalam Aditya dkk, 2023:354). Berbagai bentuk *digital marketing* diantaranya iklan digital yang mengirimkan pesan pemasaran kepada pelanggan, konten foto dan video, logo brand dan promosi di akun sosial media.

Media sosial menjadi media yang paling efektif dan banyak digunakan dalam melakukan pemasaran untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Penggunaan logo, konten foto dan video di akun sosial media dapat menarik perhatian konsumen karena memainkan visual dengan perpaduan bentuk dan warna yang dikombinasikan. Namun ternyata pada kenyataannya masih banyak pelaku UMKM Kampung Dayun yang belum menerapkan teknik pemasaran digital yang baik. Mereka masih sekedar membagikan produk mereka di media sosial Facebook dan WhatsApp tanpa menggunakan teknik-teknik promosi *digital marketing* yang tepat.

Berbagai macam UMKM di Kampung Dayun diantaranya yaitu Usaha Objek Wisata Embung Terpadu Dayun, pengrajin batik, produksi makanan olahan semangka, pedagang kue, petani semangka, peternak domba, dan masih banyak lagi. Semakin berkembangnya teknologi memiliki dampak yang baik bagi perkembangan pelaku usaha. Mereka lebih mudah memasarkan produk mereka melalui sosial media. Tentu saja hal ini harus diimbangi dengan media komunikasi yang menarik dan teknik-teknik yang tepat dalam promosi produknya.

Masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM Kampung Dayun saat ini yaitu sebagian dari mereka belum memaksimalkan media sosial dalam pemasaran dan promosi produk. Sedangkan sebagian lainnya sudah menggunakan sosial media sebagai media pemasaran dan promosi, namun belum memahami dan menerapkan teknik-teknik yang tepat dalam pembuatan konten foto, konten video, logo, apa yang sedang trend, dan engagement pada akun media sosial agar lebih menarik perhatian dan menjangkau konsumen yang lebih luas. Dengan adanya masalah-masalah tersebut maka kami Tim Kuliah Kerja Nyata KKN MBKM 20 SKS FISIP Universitas Riau Kampung Dayun 2024 melakukan pengabdian dengan menyelenggarakan kegiatan pelatihan *digital marketing* bagi pelaku UMKM dan KUB SEDESAKAYA (Kelompok Usaha Bersama Semangka dan Semua Karya) Kampung Dayun agar mereka dapat memaksimalkan pemanfaatan teknologi digital dan memahami teknik-teknik *digital marketing* yang baik dan menarik.

Berdasarkan pernyataan Menteri Koordinator Perekonomian Airlangga Hartarto yang diungkapkan dalam webinar bertema Percepatan Digital Ekonomi dan Keuangan Indonesia di Masa Pandemi Tahun 2021 menyatakan bahwa UMKM digital merupakan kunci pemulihan ekonomi nasional (dalam Aditya dkk, 2023:355). Pemerintah berkomitmen mendorong digitalisasi UMKM tradisional/luring dan memberikan kemudahan bagi UMKM yang sudah terdigitalisasi. Selain itu Febriyantoro & Arisandi (dalam Aditya dkk, 2023:355) menyebutkan bahwa *digital marketing* memudahkan pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan *awareness* dan meningkatkan penjualan bagi pelaku UMKM.

Oleh karena itu dalam pengabdian ini kami memberikan pelatihan yang berisi penjelasan materi dan praktik tentang foto produk, *copy writing*, penggunaan canva dan optimalisasi sosial media. Output dari pelatihan *digital marketing* ini yaitu meningkatkan *skill* pelaku UMKM dalam memproduksi konten foto dan video promosi produk yang menarik, meningkatkan kreatifitas pelaku UMKM, menjangkau dan meningkatkan lebih banyak perhatian konsumen, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam penggunaan sosial media sebagai media pemasaran.

METODE PELAKSANAAN

Latar Belakang Pelaku UMKM Kampung Dayun

Kampung Dayun merupakan desa wisata yang dikenal dengan sebutan Desa Wisata Dayun. Objek wisata utamanya yaitu Embung Terpadu Dayun. Selain Embung Terpadu, Kampung Dayun juga terkenal dengan hasil kebun semangkanya yang melimpah. Oleh karena itu, muncul UMKM yang memproduksi berbagai makanan dan minuman olahan semangka. Produk olahan semangka yang

diproduksi diantaranya yaitu brownies semangka, selai semangka, sirup semangka, cookies semangka, permen semangka, jelly semangka, dan stik semangka.

Selain makanan dan minuman, produk turunan semangka lainnya juga diproduksi dalam bentuk kain batik yang bermotifkan daun semangka sebagai motif utamanya. Banyak masyarakat Kampung Dayun yang belajar membatik lalu membuka usaha produksi batik dari rumah masing-masing.

UMKM lainnya yang ada di Kampung Dayun yaitu berkebun semangka, bertani di lahan gambut yang banyak menanam tanaman holtikultura, beternak sapi dan domba, serta UMKM pada umumnya seperti penjual kue dan usaha *catering*. UMKM yang ada di Kampung Dayun dapat dikatakan sangat bervariasi karena banyaknya potensi alam yang ada dan sumber daya manusia yang mampu mengolahnya menjadi berbagai macam produk.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan metode *workshop*. Pengukuran keberhasilannya dilihat saat pelaksanaan praktik.

Tabel 1. Tahapan PKM

Materi	Indikator Ketercapaian	Tolak Ukur
Memberikan penjelasan materi tentang foto produk yang baik dan benar, mulai dari <i>lighting</i> , <i>angle</i> kamera, tahapan pengambilan foto serta tips potret menggunakan <i>smartphone</i> . Lalu dilanjutkan dengan praktik.	Pemahaman dalam pengambilan foto produk yang baik dan sesuai dengan teknik dasar yang telah disampaikan	Mampu menghasilkan foto produk yang sesuai menggunakan <i>smartphone</i> masing-masing.
Memberikan penjelasan materi tentang <i>copy writing</i> secara sederhana di sosial media, bagaimana membuat caption yang menarik. Lalu dilanjutkan dengan praktik.	Pemahaman dalam pembuatan caption yang menarik dan sesuai dengan produk yang dipromosikan di sosial media.	Mampu membuat caption sederhana namun menarik untuk diposting di sosial media dalam promosi produk.
Memberikan pelatihan pembuatan akun <i>canva</i> , mendesain secara sederhana di <i>canva</i> dan menggunakan template desain. Penjelasan materi sekaligus praktik didampingi oleh Tim KUKERTA.	Pemahaman dalam pembuatan akun <i>canva</i> , mendesain secara manual dan menggunakan template desain di <i>canva</i> .	Mampu menghasilkan desain produk yang sesuai dengan kebutuhan untuk di upload di sosial media.
Memberikan penjelasan tentang optimalisasi sosial media, mulai dari Instagram, TikTok dan Facebook. Memahami <i>engagement</i> sosial media dan <i>insight</i> profil sosial media. Lalu dilanjutkan dengan menganalisis <i>insight</i> masing-masing akun sosial media yang sudah ada.	Pemahaman terhadap <i>engagement</i> dan <i>insight</i> profil sosial media.	Mampu menganalisis dan menyimpulkan <i>engagement</i> dan <i>insight</i> profil sosial media mulai dari usia penonton/followers, gender penonton/followers, jam aktif followers, lokasi penonton/followers dan <i>insight</i> lainnya.

Waktu Pelaksanaan

Kegiatan ini dilaksanakan pada Jum'at, 18 Oktober 2024 mulai dari pukul 08.30 hingga 12.00 WIB yang berlokasi di Lantai 2 Kantor Penghulu Kampung Dayun.

Langkah-Langkah Pelaksanaan

a. Pra Kegiatan

Melakukan observasi terhadap pelaku UMKM Kampung Dayun, melakukan koordinasi dengan Perangkat Kampung, Ketua KUB dan Ketua PKK Kampung Dayun, menentukan jadwal dan lokasi kegiatan, membuat surat undangan kegiatan dan menyebarkannya ke masyarakat, serta merumuskan materi yang akan disampaikan sekaligus pemateri agar maksimal dan tepat sasaran.

b. Kegiatan

Kegiatan yang dilakukan persiapan Pelatihan *Digital Marketing* Bagi UMKM dan PKK Kampung Dayun. Dalam hal ini yang dipersiapkan berupa materi yang akan disampaikan pada sesi pemaparan materi, persiapan pembicara, *Power Point* untuk membantu dalam penjelasan materi, lokasi yang sudah dibersihkan, proyektor beserta layar proyektor, *sound system*, konsumsi, daftar hadir peserta dan lain-lain. Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan pemaparan materi Foto Produk, dilanjutkan dengan materi Penulisan *Copy Writing*, dan ditutup dengan materi Canva & Optimalisasi Sosial Media. Setiap selesai pemaparan materi langsung dilanjutkan dengan praktik.

c. Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan 2 cara yaitu internal dan eksternal. Evaluasi internal yaitu dengan dilaksanakan rapat pasca kegiatan membahas tentang hal-hal apa saja yang bisa dijadikan sebagai bahan evaluasi. Evaluasi secara eksternal dilakukan dengan mewawancarai peserta kegiatan terkait ilmu dan pengalaman apa saja yang mereka dapatkan serta bagaimana dampaknya bagi usaha mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan digital marketing semakin relevan seiring dengan pertumbuhan signifikan jumlah pengguna internet dan smartphone yang terus meningkat setiap tahunnya. Digital marketing mencakup kegiatan branding yang memanfaatkan berbagai platform berbasis web maupun media sosial (Reggina Wike Anjani, 2023). Oleh karena itu, para pelaku UMKM, khususnya UMKM di Kampung Dayun perlu menguasai atau memiliki kemampuan digital marketing agar dapat memperluas pasarnya di era digital ini. Sehingga kegiatan pengabdian masyarakat bertajuk “Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital” yang diselenggarakan oleh Tim Kuliah Kerja Nyata KKN MBKM 20 SKS FISIP Universitas Riau Kampung Dayun 2024 telah berhasil memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat setempat.

Pelatihan Digital Marketing yang diselenggarakan di Kampung Dayun ini menargetkan para pelaku UMKM. Sebagian dari pelaku UMKM tersebut juga tergabung dalam Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dan Kelompok Usaha Bersama (KUB) Sedesakaya Kampung Dayun. Para peserta menunjukkan antusiasme yang luar biasa selama pelatihan, dengan semangat tinggi untuk memperluas wawasan mereka mengenai strategi pemasaran digital. Pelatihan ini tidak hanya memberikan teori, tetapi juga dilengkapi dengan sesi praktik langsung, sehingga berlangsung secara interaktif dan dua arah. Partisipasi aktif yang ditunjukkan oleh peserta selama kegiatan membuktikan bahwa pelatihan ini memberikan dampak positif, meningkatkan pemahaman mereka, serta membuka peluang untuk menerapkan digital marketing dalam usaha mereka.

Pelatihan digital marketing yang telah diselenggarakan membuktikan bahwa pemanfaatan berbagai platform digital secara optimal memiliki potensi yang signifikan untuk membantu para pelaku UMKM dalam menjangkau lebih banyak konsumen. Di tengah perkembangan teknologi yang pesat, kemampuan untuk menguasai pemasaran digital memberikan keuntungan besar bagi pelaku UMKM untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam. Dengan demikian, pelatihan ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana memperluas pasar dan meningkatkan daya saing usaha mereka di pasar global. Selain itu, peserta pelatihan kini lebih terampil dalam mengoptimalkan digital marketing mereka, mulai dari menghasilkan foto produk yang lebih profesional, merancang desain grafis katalog yang menarik, menulis copywriting yang lebih efektif, hingga menentukan waktu yang tepat untuk mengunggah konten produk mereka. Semua keterampilan ini semakin memperkuat posisi para pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan pasar digital yang kompetitif.

Dengan demikian, pelatihan digital marketing ini telah memberikan dampak yang positif bagi para pelaku UMKM di Kampung Dayun. Peningkatan keterampilan dan pemahaman dalam memanfaatkan platform digital secara efektif membuka peluang besar bagi mereka untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Adanya perubahan signifikan dalam cara mereka memasarkan produk, serta kemampuan untuk memanfaatkan teknologi dengan lebih optimal, memberi harapan bahwa

usaha mereka akan lebih berkembang dan mampu meraih pasar yang lebih luas, baik lokal maupun global. Ke depan, diharapkan para peserta dapat terus mengaplikasikan ilmu yang didapatkan untuk memperkuat daya saing usaha mereka dan berkontribusi pada kemajuan perekonomian daerah. Pelatihan ini membuktikan pentingnya edukasi digital sebagai kunci untuk memajukan UMKM di era modern yang serba digital ini.

Berikut kami rincikan beberapa hasil yang diperoleh para peserta setelah mengikuti pelatihan digital marketing tersebut.

1. Dengan adanya pelatihan foto produk, para peserta dapat meningkatkan keterampilan mereka dalam menghasilkan gambar produk yang lebih profesional dan menarik perhatian konsumen. Pelatihan ini mengajarkan teknik-teknik penting, seperti pemilihan angle yang tepat dan pencahayaan yang optimal, yang sangat berpengaruh pada kualitas visual produk. Dengan memahami cara memaksimalkan kedua elemen tersebut, kini peserta dapat menghasilkan foto yang lebih estetik dan memikat, yang tidak hanya memperlihatkan keunggulan produk, tetapi juga mampu menarik lebih banyak minat dari calon pembeli. Hasil foto yang sempurna ini, pada gilirannya, dapat memperkuat citra merek dan meningkatkan daya tarik produk di platform digital, menjadikannya lebih kompetitif di pasar yang semakin berkembang.
2. Setelah menguasai teknik fotografi produk yang profesional, para peserta kini juga lebih terampil dalam membuat caption yang menarik dan efektif untuk mempromosikan produk mereka di media sosial. Pelatihan ini tidak hanya berfokus pada aspek visual, tetapi juga pada kemampuan menulis yang mampu menarik perhatian audiens. Dengan menggunakan kata-kata yang tepat, peserta dapat mengkomunikasikan keunggulan produk mereka secara jelas dan persuasif, yang dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan mendorong keputusan pembelian. Caption yang kreatif dan informatif ini semakin memperkuat daya tarik produk dan memperluas jangkauan pemasaran.
3. Para peserta kini telah menguasai penggunaan Canva, sebuah platform desain grafis yang user-friendly, untuk membuat materi promosi produk mereka dengan tampilan yang lebih kreatif dan menarik. Dengan keterampilan ini, mereka dapat merancang berbagai jenis konten visual seperti poster, flyer, dan katalog produk yang dapat menarik perhatian konsumen. Melalui desain yang lebih profesional dan estetik, peserta mampu meningkatkan citra merek mereka, sehingga produk yang dipromosikan dapat lebih menonjol di pasar digital yang semakin kompetitif. Kemampuan ini juga membantu mereka untuk lebih mudah beradaptasi dengan tren desain terbaru, yang penting dalam menarik audiens yang lebih luas melalui platform media sosial.
4. Setelah menguasai berbagai keterampilan digital marketing, para peserta kini juga memahami pentingnya menentukan waktu yang tepat untuk memposting konten promosi mereka. Dengan mengetahui jam-jam optimal untuk posting, mereka dapat memaksimalkan jangkauan konten kepada audiens yang lebih luas dan relevan. Pemilihan waktu yang strategis memastikan bahwa promosi produk mereka dapat menjangkau lebih banyak konsumen potensial, meningkatkan interaksi, dan memperbesar peluang produk mereka untuk dikenal secara lebih luas di pasar. Hal ini berperan penting dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing produk di dunia digital yang semakin kompetitif.



gambar 1 Pelatihan Digital Marketing



gambar 2 Pelatihan Digital Marketing



gambar 3 Pelatihan Digital Marketing



gambar 4 Pelatihan Digital Marketing

SIMPULAN

Kemajuan teknologi di jaman sekarang menuntut para pelaku UMKM untuk turut serta mengikuti perkembangan tersebut, terutama dalam pemasaran produk. Namun nyatanya masih banyak pelaku UMKM berbagai daerah di Indonesia yang belum terlalu memahami bagaimana pemasaran secara digital atau *digital marketing*. Jika para pelaku UMKM memahami dengan baik tentang *digital marketing* maka mereka dapat memasarkan produknya secara maksimal dan daya jangkau konsumen yang lebih luas.

Dalam pelatihan ini dapat ditarik kesimpulan bahwa para pelaku UMKM Kampung Dayun sangat tertarik mempelajari lebih dalam tentang *digital marketing* dan menggunakan sosial media mereka sebagai media promosi produk. Namun kendala yang mereka miliki yaitu butuh latihan dan bimbingan yang lebih sering lagi dalam foto produk, *copy writing*, desain canva dan optimalisasi sosial media. Dan kami menyarankan untuk dapat menghubungi kami Tim KUKERTA kapan saja mereka butuh untuk bertanya hal-hal yang kurang dimengerti serta memberikan referensi-referensi berupa video dan gambar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau yang telah menyelenggarakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata MBKM 20 SKS serta Dosen Pembimbing Lapangan Ibu Nurjanah, M.Si yang selalu membimbing kami sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar dan sukses.

REFERENSI

- Aditya, D., Darmayanti, D., Ningsih, S., & Saputra, A. (2023). PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK UMKM GULA KABUNG/MERAH DESA PASIR PUTIH. *semnas-pkm*, 1(1), 354-362. <https://doi.org/10.35438/semnas-pkm.v1i1.105>
- Silviana, M. (2020). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Melalui Sosial Media (Studi Kasus Di Kecamatan Bone-Bone)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Palopo). <http://repository.umpalopo.ac.id/id/eprint/329>
- 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), 29–40. <https://doi.org/10.61166/interdisiplin.v1i1.4>