

## PELATIHAN PROMOSI DAN PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM DESA MALANG RAPAT

Octojaya Abriyoso<sup>1</sup>, Wira Suganda<sup>2</sup>, Hellen<sup>3</sup>, Eko Harsoyo<sup>4</sup>, Dini Maya Syahputri<sup>5</sup>,  
Irsa Afriza<sup>6</sup>, Tommy Yossafat Tambunan<sup>7</sup>, Yuni Harningsih<sup>8</sup>, Fazlan Hadi Kusuma<sup>9</sup>,  
Holandia Parlaungan Siregar<sup>10</sup>, Rian Hadi Saputra<sup>11</sup>, Rayken Azura Titania<sup>12</sup>,  
Boby Zelkie Randika<sup>13</sup>, Sepnanda Ario Saputri<sup>14</sup>, Reni Wahyuni<sup>15</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15</sup>Program Studi Manajemen, STIE Pembangunan Tanjungpinang  
*email: octojaya@stie-pembangunan.ac.id*

### Abstrak

Kuliah Kerja Nyata atau Pengabdian Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman akan pemasaran dan promosi digital serta faktor pendukung dan penghambat pada UMKM Desa Malang Rapat, Kabupaten Bintan. Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah metode kajian pustaka, observasi, wawancara, tahap pelatihan, tahap praktik atau pelaksanaan. Laporan hasil pada program pelatihan promosi dan pemasaran digital dari survey yang dilakukan terdapat permasalahan yaitu UMKM di Desa Malang Rapat belum menggunakan digital marketing dalam kegiatan bisnis, pada pelatihan yang dilaksanakan peserta mulai memahami pentingnya promosi dan pemasaran digital menggunakan e-commerce untuk meningkatkan penjualan serta dapat di implementasikan dalam kegiatan bisnis. Terdapat faktor pendukung dan penghambat yaitu tanggapan masyarakat positif terhadap kegiatan yang dilaksanakan, keterbatasan gadget dari pelaku UMKM, terbatasnya waktu untuk berdiskusi dengan pelaku UMKM. Dapat disimpulkan Pemasaran online menggunakan E-Commerce merupakan cara yang sangat dianjurkan untuk seluruh pelaku usaha baik yang sudah lama apalagi yang baru berdiri. Di era modern seperti sekarang, produk harus bisa dikenal oleh banyak orang dengan memanfaatkan media Internet sebagai jalur tercepat. edukasi mengenai promosi dan pemasaran yaitu lebih memaksimalkan digital marketing agar branding dari suatu produk tercapai.

**Kata Kunci:** Pengabdian, Pemasaran, Promosi, Digital, UMKM.

### Abstract

This Community Service Program on College aims to increase understanding of digital marketing and promotion as well as supporting and inhibiting factors in MSMEs in Malang Rapat Village, Bintan Regency. The method used in this community service activity is the method of literature review, observation, interviews, training stage, practice or implementation stage. The report on the results of the digital marketing and promotion training program from the survey conducted had problems, namely that MSMEs in Malang Rapat Village had not used digital marketing in their business activities, during the training conducted the participants began to understand the importance of digital promotion and marketing using e-commerce to increase sales and be able to implemented in business activities. There are supporting and inhibiting factors, namely positive community responses to the activities carried out, limited gadgets from MSME community, limited time to discuss with MSME community. It can be concluded that online marketing using E-Commerce is a method that is highly recommended for all business community, both old and new ones. In this modern era, products must be recognized by many people by utilizing the Internet as the fastest route. education regarding promotion and marketing, namely maximizing digital marketing so that the branding of a product is achieved.

**Keywords:** Service, Marketing, Promotion, Digital, MSMEs.

### PENDAHULUAN

UMKM di Indonesia mempunyai kontribusi yang penting sebagai penopang perekonomian. Penggerak utama perekonomian di Indonesia selama ini pada dasarnya adalah sektor UMKM. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil – hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional.

Desa Malang Rapat terletak di Kecamatan Gunung Kijang, Kabupaten Bintan, Provinsi Kepulauan Riau. Salah satu sektor yang diharapkan dapat menjadi tulang punggung Desa Malang Rapat yaitu bidang usaha mikro kecil dan menengah, dimana peningkatan jumlah penduduk Desa

Malang Rapat membuat posisi daerah ini cukup strategis untuk perkembangan sektor tersebut. Desa Malang Rapat memiliki dua dusun, delapan RT dan tiga RW. Desa Malang Rapat menjadi salah satu tempat dimana para pelaku usaha UMKM mengembangkan kreatifitas yang sejalan dengan usaha dan minat mereka untuk

Dari permasalahan yang dilampirkan diatas disimpulkan bahwa perlu adanya pemahaman lebih dalam akan pemulihan dan pengembangan UMKM bagi pelaku usaha di Desa Malang Rapat guna menambah wawasan ilmu pengetahuan dan mensejahterakan masyarakat setempat. Untuk itu judul yang diambil dari permasalahan diatas ialah “PELATIHAN PROMOSI DAN PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM DESA MALANG RAPAT”

Rumusan Masalah

1. Siapa yang menjadi sasaran dalam pelaksanaan kegiatan KKN ?
2. Bagaimana promosi yang dilakukan oleh UMKM Kerupuk Atom Emy dan Sale Pisang Manis serta UMKM lain di Desa Malang Rapat?

Tujuan Kegiatan

1. Warga yang ada di lokasi Desa Malang Rapat untuk meningkatkan pemahaman akan promosi dan pemasaran digital yang akan dilakukan
2. Untuk mengetahui dan memberikan pelatihan Promosi dan Pemasaran Digital pada UMKM kepada Desa Malang Rapat.

## METODE

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dilakukan dengan pendekatan pelatihan meliputi :

1. Metode Kajian Pustaka, dilakukan dengan cara mengumpulkan, mempelajari teori-teori, artikel, jurnal, dan literatur yang berhubungan dengan masalah yang diangkat.
2. Metode Observasi, yang dimana dilakukan nya pengumpulan data mengenai apa saja potensi yang dimiliki oleh pelaku usaha UMKM di Desa Malang Rapat.
3. Metode Wawancara, teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab secara langsung kepada para pelaku usaha UMKM di Desa Malang Rapat, mengenai permasalahan yang ada pada usaha tersebut.
4. Tahap Pelatihan, pelatihan ini digunakan untuk memberikan informasi atau pengetahuan kepada para pelaku usaha mengenai pengembangan UMKM.
5. Tahap Praktik atau pelaksanaan dalam pemasaran produk melalui digital marketing dan pencatatan laporan keuangan sederhana.

Adapun pelatihan yang dilaksanakan yaitu

1. UMKM Sale Pisang Manis Untuk Pelatihan Pemasaran dan Promosi Digital.

Adapun khalayak sasaran kegiatan KKN dalam pengabdian kepada masyarakat khususnya pada UMKM yang berada di Desa Malang Rapat.

Tabel 1. Bidang Pemasaran dan promosi

No	Kegiatan	Sasaran	Keterangan	Jumlah Peserta
1	Bidang pemasaran	Konsumen	Pengedukasian tentang pemasaran	20
2	Bidang promosi	Pelaku usaha UMKM dan Konsumen	Promosi sederhana terhadap konsumen	20

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Promosi dan Pemasaran Digital

Dari survey yang kami lakukan permasalahan yang kami temukan dimana dalam menjalankan bisnisnya pemilik memasarkan produknya di era modern ini belum menggunakan digital marketing sebagai media promosi. Selanjutnya kami juga mengenalkan kepada pelaku UMKM mengenai pemasaran dan promosi melalui media digital agar mempermudah dalam memasarkan produknya. Pada saat pemateri pelatihan menyampaikan pembahasan, seluruh peserta yang dating beserta panitia

mendengarkan dengan sangat baik dan kondusif. Hal ini sangat diharapkan karena dengan kondisi kondusif, ilmu yang disampaikan dapat diserap dengan baik oleh seluruh peserta dan nantinya bisa diterapkan sesuai usahanya masing-masing.

Setelah seluruh materi saat seminar telah disampaikan, acarapun berlanjut dengan sesi diskusi antara peserta dengan pemateri pelatihan. Diskusi berjalan dengan sangat baik sampai pelaku UMKM benar-benar bertambah wawasannya seputar pemasaran online menggunakan E-Commerce. Pelaku UMKM di Desa Malang Rapat mulai memahami pemasaran online menggunakan E-Commerce yang sangat penting untuk kemajuan bisnis di era Digital seperti sekarang ini. Wawasan baru perlu segera di implementasikan untuk peningkatkan penjualan produk melalui online.

Terdapat faktor pendukung dan penghambat dalam kegiatan yaitu:

1. Faktor yang mendukung kegiatan ini terlaksana adalah tanggapan positif dan terbukanya masyarakat terhadap pelatihan dan praktik ini sehingga mahasiswa dapat dengan mudah menjelaskan materi. Warga bertambah pengetahuan mengenai materi yang di sampaikan, dan besar harapan dapat di terapkan dalam kehidupan sehari-harinya.
2. Faktor penghambat yaitu terbatasnya keberadaan gadget dari para pelaku UMKM dalam mengembangkan pemasaran melalui media online.
3. Waktu yang sangat terbatas sehingga sangat sulit mengumpulkan pelaku umkm UMKM untuk berdiskusi dalam waktu yang cukup lama.

## SIMPULAN

Dari pembahasan diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Pemasaran online menggunakan E-Commerce merupakan cara yang sangat dianjurkan untuk seluruh pelaku usaha baik yang sudah lama apalagi yang baru berdiri. Di era modern seperti sekarang, produk harus bisa dikenal oleh banyak orang dengan memanfaatkan media Internet sebagai jalur tercepat

Edukasi mengenai promosi dan pemasaran yaitu lebih memaksimalkan digital marketing agar branding dari suatu produk tercapai. Jika dilihat masyarakat yang konsumtif akan membuat lebih mudah dalam memasarkan produk melalui platform digital dengan memanfaatkan psikografis melalui iklan produk yang selalu ditampilkan agar konsumen maupun calon konsumen mengingat produk. Selanjutnya, edukasi tersebut dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan usaha-usaha lainnya melalui edukasi salah satunya promosi melalui e-commerce agar dapat menjangkau calon konsumen lebih luas.

## SARAN

Pemasaran dan promosi digital sangat penting untuk meningkatkan penjualan UMKM di era digital seperti sekarang. Untuk mengatasi faktor penghambat, mungkin dapat dilakukan pelatihan atau workshop tambahan mengenai penggunaan gadget serta manfaat dari pemasaran dan promosi digital. Selain itu, dapat dilakukan juga pendekatan langsung kepada pelaku UMKM untuk memperoleh feedback dan masukan mengenai kegiatan pelatihan yang telah dilakukan. Selain menggunakan e-commerce, terdapat banyak platform digital lainnya seperti media sosial dan website yang dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan produk UMKM. Dengan memanfaatkan platform-platform tersebut, produk UMKM dapat dikenal oleh lebih banyak orang dan branding dari produk tersebut dapat tercapai.

Semoga saran-saran tersebut dapat membantu dalam meningkatkan pemahaman mengenai pemasaran dan promosi digital serta membantu UMKM di Desa Malang Rapat untuk berkembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abriyoso, O., Haryani, D. S., & Hardiansyah, R. (2022). The Determinants of Financial Inclusion in Asia—A Bayesian Approach. *Studies in Systems, Decision and Control*, 427(1), 531–546.
- Abriyoso, O., Saputra, E. K., Marlinda, C., & Sahara, M. A. (2021). Reaction Analysis of LQ45, STI and KLCI Price Index Before and After COVID-19 Pandemic Events. *Proceeding The First International Conference on Government Education Management and Tourism*, 1(1), 288–298.
- Ajara, R., & Ajara, ; R. (2017). the Analysis of Buying Motives in Purchase Decision of Virtual Goods in Online Game. *Maret*, 5(1), 87–95.

- Diawan, N. S., Kusumawati, A., & Mawardi, M. K. (2016). ( Case study on Indomaret Customers JL . Raya Tlogomas No . 37 , Malang ). *Administrasi Bisnis*, 30(37), 8–16.
- Risnawati, R., Satriadi, S., Abriyoso, O., Utami, R., & Marlinda, C. (2022). Pelatihan Tata Cara Pembukuan Laporan Keuangan Pada Bumdes Desa Kelong Kabupaten Bintan. *Diklat Review : Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Pelatihan*, 6(2), 199–203.
- Rizki, M., Abriyoso, O., Saputra, E. K., & Putri, L. (2021). *Jurnal Mantik Tourist Kelong Bintan Black Coral Business Strategy During*. 6(3).
- Satriadi, Zalillah, F., Azizah, N., Yuliska, F., & Fikri, I. (2022). Inovasi Bisnis pada UMKM Alfa TanjakTanjungpinang.SeminarNasionalLPPMUMMAT,1,677–685.