

## PELATIHAN DIGITAL MARKETING BAGI UMKM KULINER DI KOTA PEKANBARU

Affiah<sup>1</sup>, Putri Madona<sup>2</sup>, Yuhefizar<sup>3</sup>, Mukhlis<sup>4</sup>, Anggy<sup>5</sup>, Andrew<sup>6</sup>, Figo<sup>7</sup>, Haris<sup>8\*</sup>

<sup>1</sup>Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Padang

<sup>2</sup>Teknologi Rekayasa Sistem Elektronika, Politeknik Caltex Riau

<sup>3</sup>Manajemen Informatika, Politeknik Negeri Padang

<sup>4</sup>Teknik Sipil, Politeknik Negeri Padang

<sup>5</sup>Sistem Informasi, Politeknik Caltex Riau

<sup>6</sup>Manajemen Informatika, Politeknik Negeri Padang

<sup>7</sup>Bisnis Digital, Politeknik Caltex Riau

<sup>8</sup>Teknik Mesin, Politeknik Negeri Padang

e-mail: haris@pnp.ac.id

### Abstrak

Pelatihan digital marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner di Kota Pekanbaru bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital para pelaku usaha dalam memanfaatkan platform online untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Kegiatan ini melibatkan serangkaian sesi pelatihan yang mencakup pengenalan dasar-dasar digital marketing, strategi penggunaan media sosial, optimalisasi mesin pencari (SEO), dan penggunaan platform e-commerce. Metode pelatihan meliputi ceramah, diskusi interaktif, dan praktik langsung, yang dirancang untuk memberikan pemahaman komprehensif kepada peserta. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam merancang strategi pemasaran digital yang efektif serta kemampuan mereka untuk mengaplikasikan teknik-teknik yang dipelajari dalam kegiatan usaha sehari-hari. Dampak dari pelatihan ini diharapkan dapat membantu UMKM kuliner di Pekanbaru untuk lebih kompetitif di pasar digital, meningkatkan visibilitas produk, dan akhirnya meningkatkan pendapatan. Kegiatan ini juga menjadi salah satu upaya nyata dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui pemberdayaan UMKM.

**Kata kunci:** Digital Marketing, E-commerce, UMKM, Produk, Pertumbuhan Ekonomi, Kuliner

### Abstract

Digital marketing training for culinary Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Pekanbaru City aims to improve the digital marketing capabilities of business actors in utilizing online platforms to expand markets and increase sales. This activity involves a series of training sessions that include an introduction to the basics of digital marketing, strategies for using social media, search engine optimization (SEO), and using e-commerce platforms. Training methods include lectures, interactive discussions, and hands-on practice, which are designed to provide comprehensive understanding to participants. The results of this activity show an increase in participants' knowledge and skills in designing effective digital marketing strategies as well as their ability to apply the techniques learned in daily business activities. It is hoped that the impact of this training can help culinary MSMEs in Pekanbaru to be more competitive in the digital market, increase product visibility, and ultimately increase income. This activity is also a real effort to support local economic growth through empowering MSMEs

**Keywords:** Digital Marketing, E-commerce, MSMEs, Products, Economic Growth, Culinary

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor ekonomi [1]. Salah satu sektor yang sangat terdampak adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya di bidang kuliner. Di era digital ini, kehadiran online menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan sebuah usaha. Pemasaran digital (digital marketing) memungkinkan para pelaku UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas [2], meningkatkan brand awareness, dan bersaing secara lebih efektif di tengah kompetisi yang semakin ketat. Namun demikian, tidak semua pelaku UMKM kuliner di Kota Pekanbaru memiliki pemahaman dan keterampilan yang memadai dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka. Banyak di antaranya masih menggunakan metode

pemasaran konvensional yang terbatas jangkauannya. Minimnya pengetahuan mengenai strategi digital marketing, seperti penggunaan media sosial, optimisasi mesin pencari (SEO), dan iklan online, menjadi salah satu kendala utama yang dihadapi oleh UMKM dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. Melihat kondisi tersebut, diperlukan upaya untuk meningkatkan kapasitas para pelaku UMKM kuliner di Kota Pekanbaru dalam hal digital marketing

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di sektor kuliner memegang peranan penting dalam perekonomian Kota Pekanbaru [3]. Oleh karena itu, pelatihan digital marketing menjadi sangat penting untuk memberikan keterampilan yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM dalam beradaptasi dengan era digital ini.

Berdasarkan literatur, digital marketing telah terbukti menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan kinerja UMKM di berbagai sektor. Misalnya, penelitian oleh Priyanto (2021) menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan strategi digital marketing mengalami peningkatan penjualan hingga 30%. Selain itu, analisis situasi di Pekanbaru menunjukkan bahwa akses terhadap pelatihan digital marketing masih terbatas, dan banyak pelaku UMKM yang belum memiliki kemampuan untuk merancang strategi pemasaran yang efektif di platform digital [4]. Oleh karena itu, pelatihan ini didesain untuk mengatasi gap tersebut dengan memberikan pengetahuan praktis dan aplikatif.

Dari hasil wawancara dengan salah satu UMKM sebelumnya yakni Hafiz Kitchen, menyatakan bahwa ada beberapa teknik-teknik digital yang masih belum dipahami oleh pelaku UMKM di Pekanbaru diantaranya: Digital Marketing, Digital Promotion and Selling, Website dan Media Sosial untuk pemasaran, dan Google Adsense. Oleh sebab itu pada pengabdian yang dilakukan pada tanggal 19 Agustus 2024 sampai dengan 20 Agustus 2024 dibahas mengenai hal tersebut.

## METODE

Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode seminar dan workshop. Pada metode seminar masyarakat yakni UMKM diberikan pengetahuan tentang digital marketing, dan pada metode workshop mereka diajarkan teknik-teknik menggunakan platform digital. Berikut merupakan alur kegiatan pengabdian yang dilakukan seperti terlihat pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Diagram Alir Kegiatan

Pemaparan materi, diskusi, dan sesi tanya jawab dengan lebih kurang 30 UMKM di Pekanbaru menjadi pendekatan pada kegiatan ini, seperti terlihat pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Kegiatan Pengabdian

Kegiatan ini dilaksanakan selama dua hari, dengan rincian kegiatan hari pertama yakni seminar yang dilaksanakan di aula pertemuan Politeknik Caltex Riau, dan hari kedua yakni mengunjungi salah satu UMKM yakni Hafiz Kitchen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Kegiatan Perkenalan Tentang Digital Marketing

Digital Marketing adalah pemasaran barang atau jasa dengan menggunakan teknologi digital seperti website, smartphome, social media, dll. [5]

Pada kegiatan ini yang menjadi narasumber adalah Afifah, S.E., M. Si dari Politeknik Negeri Padang. Beliau menjelaskan bahwa ada dua alasan utama mengapa digital marketing harus segera diterapkan, yakni:

- 1) Fenomena Konsumen Sekarang
  - a) Dekat dengan teknologi
  - b) Suka berkumpul
  - c) Update dengan keterbaruan
- 2) Perubahan Perilaku Konsumen dalam Memutuskan Pembelian
  - a) Sadar akan manfaat produk
  - b) Mencari informasi produk
  - c) Membeli dan membeli lagi

Gambar 3 merupakan kegiatan pengenalan digital marketing kepada mitra.



Gambar 3. Pengenalan Digital Marketing Kepada Mitra

### b. Website dan Media Sosial untuk Pemasaran Digital

Social Media Marketing (SMM) adalah strategi pemasaran digital yang menggunakan platform media sosial untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek. Tujuannya adalah untuk meningkatkan brand awareness, membangun komunitas yang loyal, serta mendorong penjualan dan engagement melalui interaksi langsung dengan audiens.

Narasumber dari kegiatan ini adalah Anggy Trisnadoly, S. ST., M. T. dari Politeknik Caltex Riau. Beliau menjelaskan bahwa ada beberapa peran media sosial dalam digital marketing, yakni:

- 1) Platform Utama Media Sosial
  - a) Pengenalan platform media sosial
  - b) Perbedaan target audiens dimasing-masing platform
- 2) Pengaruh media sosial terhadap konsumen
  - a) Pengaruh media sosial terhadap konsumen
  - b) Hubungan antara interaksi di media sosial dengan keputusan pembelian.

Gambar 4 merupakan kegiatan penyampaian materi tentang website dan media sosial untuk pemasaran digital.



Gambar 4. Materi Website dan SMM

### c. Digital Promotion dan Selling

Promosi adalah upaya untuk mengkomunikasikan produk atau jasa pada calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.

- 1) Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial
- 2) Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit
- 3) Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan
- 4) Membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk pesaing
- 5) Membentuk citra produk

Materi Kegiatan promosi dan selling yang disampaikan oleh Figo Alimbel, S.M., M.M. dapat dilihat pada Gambar 5 berikut.



Gambar 5. Materi Promosi dan Selling

Strategi pemasaran memiliki peran penting dalam kesuksesan bisnis karena beberapa alasan berikut:

- 1) Meningkatkan kesadaran brand
- 2) Peningkatan pangsa pasar
- 3) Memperkuat hubungan pelanggan
- 4) Menghasilkan pendapatan lebih lanjut

### d. Google Adsense

Google adsense merupakan produk yang dapat digunakan untuk mempromosikan bisnis, membantu penjualan produk atau layanan, dan meningkatkan traffic ke situs. Ada beberapa langkah yang harus dilakukan dalam membuat google adsense, yakni:

- 1) Buat akun gmail
- 2) Buat campaign
- 3) Setting iklan penelusuran
- 4) Set budget harian dan set Bid
- 5) Input keyword dan headline

- 6) Set Lokasi dan Bahasa
- 7) Publish dan tunggu hingga iklan Valid
- 8) Setelah Valid iklannya masukan metode pembayaran
- 9) Isi dana

Gambar 6 merupakan penyampaian materi google adsense yang disampaikan oleh Andrew Kurniawan Vandreas, S.T., M.T dari Politeknik Negeri Padang.



Gambar 6. Materi Google Adsense

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan terhadap 30 UMKM di Pekanbaru tentang digital marketing, mitra telah mengetahui peran, manfaat, dan teknik-teknik pembuatan digital marketing bagi kemajuan UMKM di Pekanbaru.

## SARAN

Perlu dilakukan pendampingan berkelanjutan bagi UMKM untuk memonitoring perkembangan UMKM dan mengatasi masalah yang didapat saat dilapangan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada Politeknik Negeri Padang dan Politeknik Caltex Riau yang telah membantu pendanaan pada kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88–92. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i2.3981>
- Farell, G., Thamrin, T., & Novid, I. (2019). Pelatihan Pemanfaatan Digital marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan UKM Pada Kota Sawahlunto. *Suluh Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 19(1), 42. <https://doi.org/10.24036/sb.0310>
- Hendriadi, A. A., Sari, B. nurina, & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 120–125. <https://doi.org/10.25047/jdinamika.v4i2.1133>
- Lubis, T. A., Fitriaty, F., Firmansyah, F., Ekasari, N., & Siregar, A. P. (2022). Pelatihan Digital marketing sebagai Strategi Perluasan Pangsa Pasar Produk Souvenir di Desa Pudak Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Inovasi, Teknologi Dan Dharma Bagi Masyarakat*, 4(1), 7–11. <https://doi.org/10.22437/jitdm.v4i1.19537>
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan Digital marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur - Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250. <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v1i2.2425>